

ASSEMBLÉE NATIONALE

5 décembre 2025

RELATIF À L'ORGANISATION DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2030 -
(N° 1641)

Rejeté

N° AC78

AMENDEMENT

présenté par

M. Coulomme, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani,
M. Arenas, M. Arnault, Mme Belouassa-Cherifi, M. Bernalicis, M. Bex, M. Bilongo, M. Bompard,
M. Boumertit, M. Boyard, M. Cadalen, M. Caron, M. Carrière, Mme Cathala, M. Cernon,
Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Delogu, M. Diouara, Mme Dufour, Mme Erodi,
Mme Feld, M. Fernandes, Mme Ferrer, M. Gaillard, Mme Guetté, M. Guiraud, Mme Hamdane,
Mme Hignet, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Lahmar, M. Laisney, M. Le Coq, M. Le Gall,
Mme Leboucher, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lejeune, Mme Lepvraud, M. Léaument,
Mme Élisabeth Martin, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Mesmeur, Mme Manon Meunier, M. Nilor,
Mme Nosbé, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes,
M. Prud'homme, M. Ratenon, M. Saint-Martin, M. Saintoul, Mme Soudais, Mme Stambach-
Terrenoir, M. Aurélien Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

ARTICLE 3

Supprimer cet article.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Par cet amendement, les député.es de la France insoumise proposent de supprimer cet article.

Nous sommes opposés aux dérogations publicitaires qui privatisent l'espace public et incitent à la consommation débridée à l'heure d'une indispensable sobriété. Ces dérogations, extrêmement larges, permettent aux entreprises érigées en partenaires du Cojop ou du CIO de réaliser un véritable matraquage publicitaire au prix d'une marchandisation inouïe de l'espace public, sans être contraintes par des limites de surface ou de hauteur.

Comme pour les JOP 2024, le gouvernement ne recule devant rien : monuments historiques, espaces naturels, sites patrimoniaux remarquables, parcs naturels régionaux, dans les sites inscrits, dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux...

Après les offensives récentes sur le ZAN lors du projet de loi dit de "simplification" de la vie économique, la validation en force par voie légale de l'arrêté autorisant l'A69, ou encore la loi

Duplomb qui a entre autres facilité le déploiement de mégabassines, le pouvoir actuel continue de s'essuyer les pieds sur les espèces protégées en permettant l'installation de publicités géantes dans des zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales.

Cet article permet en outre que cette publicité soit réalisée sur des supports lumineux ou numériques, ou sur des affiches éclairées par projection ou transparence. Pourtant, selon l'Ademe, dans une étude de 2020, l'utilisation annuelle des 15 000 écrans publicitaires installés en régie à travers le pays équivaut à l'empreinte carbone de 1 200 Français, la consommation en ressources minérales de 32 000 personnes, ainsi que la consommation électrique de près de 3 500 logements. Un écran publicitaire numérique consomme 20 000 kWh sur sa durée de vie.

Il en va de même pour la publicité tractée par avion (ou drone), qui produit une pollution sonore et visuelle importante tout en boostant les émissions de gaz à effet de serre. Alors que celle-ci avait déjà été partiellement interdite depuis la loi climat et résilience 2022, qui a mis fin à la publicité diffusée au moyen d'une banderole tractée par aéronef, cet article permet de déroger aussi à cette interdiction.

Ces dérogations ont pour seul but d'enrichir considérablement les grands partenaires marketing, sans aucune contrepartie sociale ni environnementale, et sans bénéficier aux collectivités locales qui en subiront en revanche le coût.

Sur ces dispositions, le Conseil d'État, dans son avis sur ce projet de loi, a jugé que l'étude d'impact présentée par le gouvernement était insuffisante : elle "ne contient aucun élément relatif à leur application pendant les jeux d'été de Paris 2024, ni aucune indication portant sur l'organisation des jeux d'hiver des Alpes Françaises 2030, qui justifieraient que l'on y recoure de nouveau et dans les mêmes conditions alors pourtant que des différences notables existent entre les JO d'été et ceux d'hiver, s'agissant notamment de la localisation des sites, des besoins d'équipement et de l'affluence."