

ASSEMBLÉE NATIONALE

12 décembre 2025

RELATIF À L'ORGANISATION DES JEUX OLYMPIQUES ET PARALYMPIQUES DE 2030 -
(N° 2233)

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

N° 234

AMENDEMENT

présenté par

Mme Élisa Martin, 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. Coulomme, 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, 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

À l'alinéa 8, substituer aux mots :

« de 500 mètres de distance autour »

les mots :

« limité à l'enceinte ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement de repli du groupe La France insoumise entend limiter les dérogations à la publicité des partenaires de marketing olympique autorisée par les dispositions de l'article 3 aux limites de l'enceinte de chaque site lié à l'organisation et au déroulement des jeux Olympiques et Paralympiques 2030.

Cet article dispose que, du trentième jour précédent celui de la cérémonie d'ouverture des jeux Olympiques de 2030 au quinzième jour suivant la date de la cérémonie de clôture des jeux Paralympiques de 2030, la publicité faite au profit des partenaires de marketing olympique, au sens du contrat hôte, puisse être autorisée dans un périmètre de 500 mètres de distance autour de chaque site lié à l'organisation et au déroulement des JOP 2030. Ce périmètre doit être délimité par arrêté ministériel.

Cette disposition est insuffisamment circonscrite dans le temps et dans l'espace. Nous considérons que la publicité est une pollution visuelle notoire avec des impacts certains sur la biodiversité et sur le paysage et que cet article permet déjà toute une série de dérogations aux règlements locaux de publicité. Nous proposons par ailleurs de le supprimer dans son ensemble.

Les organisateurs des jeux prétendent mettre en œuvre un événement écologique et responsable, comme ils l'ont déjà prétendu pour les Jeux de 2024. Ces Jeux se sont pourtant soldés par une addition pour l'environnement salée et des retombées économiques pour l'État et les collectivités bien plus faibles qu'escomptées, pour un coût total faramineux. Les dérogations publicitaires se sont pleinement inscrites dans ce système et n'ont en réalité bénéficié qu'aux multinationales.