

ASSEMBLÉE NATIONALE

12 décembre 2025

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

N° 235

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 Élisa 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 l'alinéa 13.

EXPOSÉ SOMMAIRE

Cet amendement de repli du groupe La France insoumise souhaite aborder la question spécifique de la dérogation aux règlements locaux de publicité.

Cette dérogation est d'autant plus choquante qu'elle vient mettre à mal tout le travail des élus locaux en la matière. Elles remettent en cause 30 ans d'efforts pour encadrer la publicité extérieure, notamment au sein des CDNPS (commission départementale de la nature, des paysages et des sites) pour adopter, améliorer et appliquer des règlements locaux de la publicité.

En effet, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Ainsi, des villes qui seraient plus vertueuses en termes d'affichage publicitaire verraient leurs décisions court-circuitées par ce projet de loi et pour un évènement dont nous connaissons toutes les défaillances d'un point de vue démocratique, économique, social et environnemental.

Cela est d'autant plus choquant que les bénéfices tirés de ce matraquage publicitaire ne bénéficieront aucunement aux collectivités locales.