

ASSEMBLÉE NATIONALE

12 décembre 2025

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

Commission	
Gouvernement	

Rejeté

N° 304

AMENDEMENT

présenté par

M. Limongi, M. Chenu, M. Le Bourgeois, M. Golliot, M. Ballard, Mme Lechon, M. Guinot,
M. Weber, M. Giletti, M. Michoux, M. Bentz, M. Blairy, M. Guibert, Mme Laporte, Mme Sabatini,
M. Gery, M. Rancoule, M. Frappé, M. Dessigny, Mme Hamolet, Mme Da Conceicao Carvalho,
M. Pfeffer, Mme Colombier, M. Christian Girard, Mme Bordes, M. Boulogne, M. Buisson,
M. de Lépinau, M. Lottiaux, Mme Ménaché, Mme Pollet, Mme Florence Goulet,
M. Emmanuel Taché, Mme Ranc, Mme Lechanteux, Mme Griseti, Mme Marais-Beuil, M. Evrard et
Mme Joubert

ARTICLE 3

Compléter cet article par les deux alinéas suivants :

« VII. – Le dixième des bénéfices issus des dispositifs d’affichage publicitaire mis en œuvre dans les conditions prévues au présent article est versé à la Fondation du patrimoine mentionnée au chapitre III du titre IV du livre I^{er} du code du patrimoine, afin de contribuer au financement des missions définies à l’article L. 143-2 du même code.

« Un décret en Conseil d’État précise les modalités d’application du présent VII, notamment les modalités de calcul et de versement des bénéfices concernés. »

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le présent amendement propose d’affecter un dixième des bénéfices issus de ces affichages à la Fondation du patrimoine, organisme reconnu d’utilité publique et acteur central de la sauvegarde du patrimoine français.

Ce pourcentage raisonnable a été retenu afin de ne pas fragiliser les équilibres économiques des opérateurs tout en assurant une ressource utile, stable et directement mobilisée pour la restauration du patrimoine.

La restauration et la préservation du patrimoine constituent un enjeu majeur pour notre pays. L'état de dégradation d'un grand nombre de bâtiments, monuments ou éléments de patrimoine dans nos communes rappelle l'urgence d'assurer des financements pérennes et diversifiés pour sauvegarder ce bien commun, au cœur de notre identité culturelle, historique et touristique.

Dans le cadre du dispositif dérogatoire permettant l'exploitation de certains affichages publicitaires, il apparaît légitime qu'une partie des bénéfices générés puisse être réorientée vers l'intérêt général. L'espace public, lorsqu'il est utilisé à des fins strictement commerciales, doit aussi pouvoir servir la collectivité.