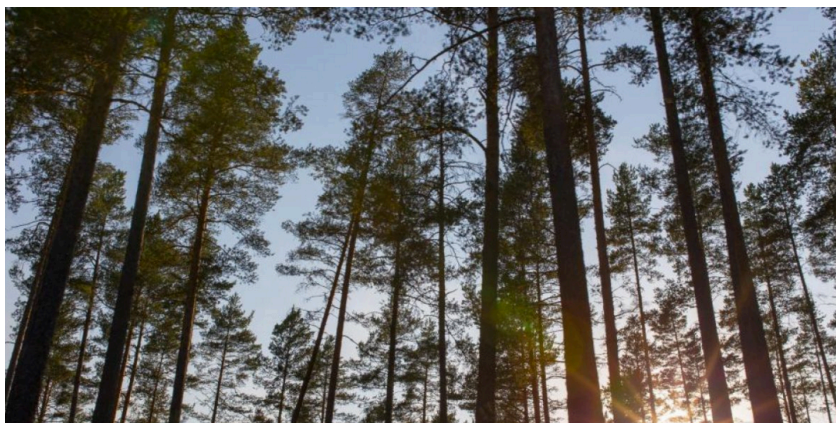


DES ONG **S'INQUIETENT DU** TRANSFERT DU POUVOIR DE POLICE DE LA PUB AUX MAIRES



PAR L'AFP

Dix ONG et la fédération des Parcs régionaux s'inquiètent de l'article 6 du projet de loi climat et résilience dont l'examen a commencé lundi à l'Assemblée nationale, article qu'elles qualifient de "cadeau aux pollueurs et aux afficheurs". Cet article prévoit de transférer "le pouvoir de police de la publicité aux maires et aux intercommunalités, même lorsqu'elles n'ont pas de règlement local de publicité", rappelle le ministère de la Transition écologique sur son site internet. Il fait valoir que le maire, "proche du terrain et de ses administrés, (...) est le plus à même de définir et faire respecter les réglementations pour réguler la publicité". Les Parcs naturels régionaux et des ONG, dont Sites et Monuments, **Paysages de France**, Résistance à l'agression publicitaire ou encore Agir pour l'Environnement, voient les choses d'un autre œil. "Cet article serait un cadeau aux pollueurs et aux afficheurs. Il augmenterait massivement la délinquance en matière d'affichage publicitaire", assurent-ils. "Nombre de maires considèrent que l'exercice de cette police de la publicité peut les mettre dans une situation inconfortable et politiquement délicate. Beaucoup n'agiraient donc pas", craignent les associations. Elles considèrent que laisser le pouvoir d'agir aux préfets serait plus efficace. Elles s'inquiètent également des situations touchant le "territoire d'un parc naturel régional ou sur un itinéraire à fort enjeu paysager", où la gestion actuelle par les préfets permet "de conduire des actions coordonnées à l'échelle d'un territoire". Ce qui ne serait plus le cas si l'appréciation est laissée à chaque maire. Par conséquent, les ONG et la fédération des Parcs régionaux demandent que "tous les maires aient le pouvoir de faire cesser les (innombrables) infractions en matière d'affichage publicitaire", "mais aussi que l'État, garant du respect des lois et du principe d'équité, ne soit pas privé de ce même pouvoir". Elles proposent donc de réécrire l'article en indiquant que "les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire au nom de la commune ou le préfet au nom de l'État.