ASSEMBLÉE NATIONALE

16ème legislature

Question N° : 5144	De **M. Alexandre Holroyd** (Renaissance - Français établis hors de France)		**Question écrite**
Ministère interrogé > Culture		**Ministère attributaire** > Culture	
Rubrique >patrimoine culturel	**Tête d'analyse** >Autorisation de bâches publicitaires sur des bâtiments culturels non historiques	**Analyse** > Autorisation de bâches publicitaires sur des bâtiments culturels non historiques.	
Question publiée au JO le : **31/01/2023** Réponse publiée au JO le : **07/03/2023** page : **2178**			

Texte de la question

M. Alexandre Holroyd appelle l'attention de Mme la ministre de la culture sur les conditions dans lesquelles les institutions culturelles peuvent financer des travaux grâce aux recettes résultant de la pose d'une bâche publicitaire sur leur façade. Depuis 2007, l'article L. 621-29-8 du code du patrimoine permet à l'autorité administrative d'autoriser l'installation sur un monument historique « de bâches d'échafaudage comportant un espace dédié à l'affichage ». « Les recettes perçues par le propriétaire du monument pour cet affichage sont affectées par le maître d'ouvrage au financement des travaux ». L'application de l'article L. 621-29-8 du code du patrimoine a permis aux institutions culturelles occupant des monuments historiques de contribuer utilement au financement de leurs chantiers. L'installation de bâches publicitaires sur la façade de l'hôtel de la Marine a par exemple permis au Centre des monuments nationaux, durant les travaux de ce bâtiment, de recueillir plus de 8 millions d'euros. Toutes les institutions culturelles n'occupent cependant pas un monument historique. Les institutions culturelles n'occupant pas un monument historique relèvent dès lors du code de l'environnement qui autorise, sous certaines conditions restrictives, l'installation de bâches publicitaires. Le I de l'article L. 581-8 de ce code proscrit ainsi, à l'intérieur des agglomérations, toute publicité « dans les zones de protection délimitées autour des sites classés ou autour des monuments historiques classés » (1°) et « dans les secteurs sauvegardés » (2°). Le II de ce même article interdit également toute publicité « dans les sites inscrits à l'inventaire et les zones de protection délimitées autour de ceux-ci » (1°), « à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire » (2°) et « dans les zones de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager » (3°). Cet article L. 581-8 du code de l'environnement prévoit certaines dérogations « par l'institution de zones de publicité restreinte » ou, à titre exceptionnel, « par l'institution d'une zone de publicité élargie lorsque la publicité est un élément déterminant de l'animation des lieux considérés ». M. le député souhaite recueillir l'avis de Mme la ministre de la culture sur l'opportunité de compléter le code de l'environnement par une dérogation inspirée de l'article L. 621-29-8 du code du patrimoine. Cette dérogation viserait à permettre à l'autorité administrative d'autoriser l'installation de bâches d'échafaudage comportant un espace dédié à l'affichage sur des bâtiments occupés par des institutions culturelles mais n'étant pas des monuments historiques. Le produit des recettes issu de ce cet affichage serait affecté au financement de travaux. De nombreux équipements culturels construits dans les années 1980 doivent effectivement faire l'objet d'importants travaux de rénovation, notamment énergétique, et les moyens de l'État sont limités. La dérogation envisagée permettrait de financer des travaux supplémentaires sans solliciter les fonds publics. M. le député estime que cette mesure rétablirait également une forme d'égalité entre les institutions culturelles occupant des monuments historiques et

celles n'occupant pas de tels monuments. Il lui demande sa position sur ce sujet.

Texte de la réponse

L'affichage publicitaire sur les immeubles protégés au titre des monuments historiques est strictement encadré par les dispositions des articles L. 621-29-8 et R. 621-86 à R. 621-91 du code du patrimoine. Cette dérogation aux dispositions du code de l'environnement relatives à la police de l'affichage publicitaire ne concerne que les immeubles inscrits ou classés au titre des monuments historiques. Les recettes tirées de l'affichage publicitaire sur ces immeubles sont destinées à financer les travaux de restauration de ceux-ci. Ne sont pas éligibles les travaux d'autre nature, tels que les travaux d'aménagement, de mise en accessibilité, de rénovation d'installations de chauffage, de plomberie, de mise en lumière ou encore d'amélioration de la performance énergétique. Par ailleurs, les subventions publiques destinées aux travaux de restauration sont calculées après que le montant des recettes perçues au titre de l'affichage a été déduit du montant des travaux éligibles. Tous les propriétaires d'édifices protégés au titre des monuments historiques, qu'ils soient publics ou privés, peuvent déposer une demande de pose de bâches publicitaires auprès du préfet de région. Ce mécanisme parfaitement encadré est intrinsèquement lié au régime de la protection au titre des monuments historiques, lequel impose notamment au propriétaire des conditions spéciales d'autorisation de travaux, soumis à un contrôle scientifique et technique, de recours à une maîtrise d'œuvre qualifiée et à des entreprises détenant un savoir-faire particulier. L'extension de ce dispositif à tous les travaux effectués sur des établissements culturels, dont le périmètre resterait par ailleurs à définir, aurait pour effet de porter atteinte de manière excessive au principe d'interdiction de l'affichage publicitaire posé par l'article L. 581-8 du code de l'environnement.