

# Pubs en ville, l'éternel débat

Certains considèrent l'affichage publicitaire comme une pollution visuelle. D'autres assurent que l'économie locale en dépend. Petit point sur la pub en ville et dans l'agglomération.

•VU 25 FOIS

LE 20/08/2017 À 05:00



La loi Grenelle sur l'environnement de 2015 devait arranger les choses. Mais il n'en fut rien. En interdisant l'affichage publicitaire dans les communes de moins de 10 000 habitants, un effet pervers s'est produit : l'affichage s'est concentré ailleurs, renforçant le sentiment de pollution visuelle souvent dénoncée.

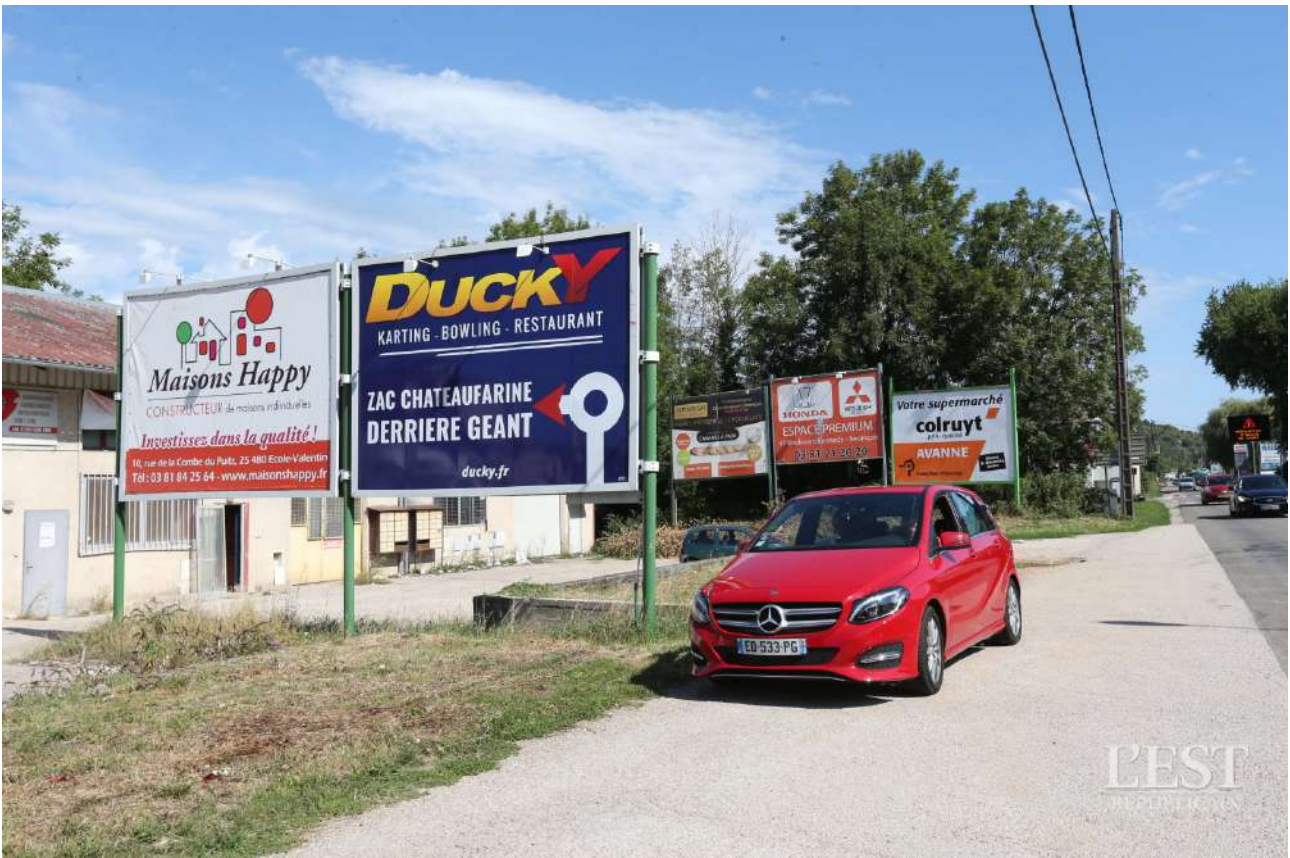
Du côté de l'association « Paysages de France », le combat est quotidien. François-Alexandre Guyot, relais local de l'association pour Besançon et le Grand Besançon, se bat contre l'accumulation des publicités. Comment ? En chassant tout support publicitaire non légal. « La loi est là et elle interdit les panneaux sur pieds dépassant 6,50 mètres de hauteur. Le panneau Intermarché de Planoise est ainsi hors-la-loi... La mairie a un devoir de police qu'elle n'utilise pas. » L'association « Paysages de France » avait rencontré le maire. Mais visiblement, pas grand-chose n'a avancé depuis sur le dossier. « Deux panneaux ont été enlevés rue de Belfort... Pour le reste, on attend toujours. »

Du côté de la ville, on n'a pas tout à fait le même avis. Il y a une différence entre les panneaux publicitaires et le mobilier urbain. Les règles ne sont pas les mêmes. Le panneau de Planoise, mobilier urbain, peut avoir une hauteur supérieure à 6,50 mètres.

Cette taille imposante avait par ailleurs pour objectif d'envoyer un signal fort à la création du centre commercial. Celui-ci n'a pas eu la carrière attendue. Du coup, en mairie, on reconnaît qu'un renouvellement moins ambitieux pourrait être envisagé.



La pub en ville est dénoncée. Pourtant, Cédric Patingre, directeur de la société d'affichage AFCM, la défend. « Il suffit de voir dans les villes où la réglementation locale a été trop contraignante, les commerçants ont subi de front des baisses de chiffres d'affaires. L'interdiction, c'est aussi la mort des entreprises qui fabriquent les panneaux, celles qui les montent. » Autre constat : les villes qui ont œuvré contre l'affichage ont perdu une belle source de revenus. Chaque panneau est assujéti à une taxe municipale.



#### « Trouver de nouveaux emplacements »

Alors, moins de pub ou pas ? Pour Cédric Patingre, le marché est là. « La loi Grenelle nous a fait perdre des emplacements. Or la demande est toujours aussi forte. C'est pour cela que nous devons trouver de nouveaux emplacements. »

Du coup, en ville, des panneaux d'un nouveau genre ont fait leur apparition. Ils proposent aux propriétaires particuliers de céder une façade pour accueillir de la pub. Le slogan est efficace : « Rentabilisez votre bien avec un panneau publicitaire. »

La rente est en fait un loyer. De quel ordre ? « Cela dépend vraiment. Le loyer minimum est de 400 €. Mais il peut monter jusqu'à 10 000 ou 15 000 € pour certains dispositifs. » Le tout selon un protocole très strict : vérification de la légalité de l'emplacement, déclaration en mairie.

François-Alexandre le reconnaît : il ne peut pas agir contre ces particuliers qui louent des emplacements. « Je leur demande simplement de réfléchir à la pollution visuelle qu'ils facilitent. » Cédric Patingre a un autre point de vue. « Ces locations de surfaces permettent souvent aux propriétaires de bénéficier d'un treizième mois qui sera destiné à payer une taxe foncière, par exemple. » Au final, la pub c'est toujours une histoire d'argent.



En matière d'intégration urbanistique de l'affichage publicitaire, deux niveaux existent. Au niveau national, il y a les lois et le Grenelle de l'Environnement. La seconde version de ce Grenelle est d'ailleurs attendue. « Nous allons attendre la parution des décrets au Journal officiel pour nous adapter », explique Jean-Michel Lartaud, directeur de l'urbanisme opérationnel pour la ville et pour l'agglomération. « En matière de pub, rien n'est jamais simple. » Le second niveau est local. Jean-Michel Lartaud le reconnaît : les règles bisontines sont un peu obsolètes. « Il y a un premier règlement qui date de 1983 concernant le centre-ville et un second concernant les autres secteurs datant de 1986. » Ce dernier était d'ailleurs calé sur le plan d'occupation des sols. « Il interdisait l'affichage publicitaire sur les zones naturelles. Chateaufarine étant zone naturelle, cela explique

pourquoi il n'y a pas de pub sur la zone commerciale. Il est effectivement temps de revoir nos règles. »

Les élus municipaux ont d'ailleurs voté la rédaction d'un nouveau plan local de publicité. Et les techniciens ont travaillé. Mais entre-temps, la compétence est passée à l'agglomération...

Au-delà de tous ces problèmes, l'esprit de nouveau règlement est défini : moins de pub en accord avec les afficheurs. « Car trop de pub tue la pub. »

Pour le centre-ville, secteur sauvegardé, la pub est illégale. « Mais il est question d'en faire revenir un peu par le biais, par exemple, du mobilier urbain. Le tout sera bien entendu fait avec l'accord de la Drac et de l'architecte des bâtiments de France. »

Quelles règles pour l'espace hors de la Boucle ? Cela reste à définir. « Pour les boulevards, par exemple, nous avons un principe d'interdistance entre les panneaux. Cela n'est plus permis par la loi. Il faudra donc trouver de nouvelles dispositions. Mais l'esprit, c'est que la pub soit moins intrusive dans le milieu urbain. Il faut peut-être réfléchir à des panneaux plus petits. »

**Eric DAVIATTE**