

# Réunions publicité au ministère de l'Écologie : ALERTE confirmée !

vendredi 3 mai 2013

Communiqué de Paysages de France Contact : 06 82 76 55 84

## **Réunions publicité au ministère de l'Écologie : ALERTE confirmée !**

*Le 2 mai 2013 s'est tenue la dernière des trois réunions de concertation sur la publicité organisées par le ministère de l'Écologie dans le cadre du projet de loi biodiversité.*

*Face aux très graves menaces qui pèsent à nouveau sur un processus dont la vocation n'est certainement pas de déconstruire un peu plus le Grenelle de l'affichage, mais de réparer les énormes dégâts causés en 2011 par certains groupes de pression, la présence des associations à ces réunions et, à travers elles, des citoyens, a permis d'indiquer lesquelles des mesures doivent impérativement être écartées et lesquelles s'imposent si l'on veut, non pas aggraver encore la situation, mais l'améliorer.*

## **Lignes rouges Ne surtout pas dépenaliser les infractions en matière de publicité et d'enseignes !**

Si certaines propositions débattues au cours de ces réunions, telles que l'encadrement de la surface des publicités sur bâche ou des écrans numériques vont dans le bon sens, force est de constater que d'autres vont très exactement à l'encontre de ce qu'il convient de faire.

- C'est ainsi par exemple que « dépenaliser » les infractions en matière d'affichage publicitaire, non seulement apparaîtrait comme une véritable prime à la délinquance, avec tout ce qu'un tel signal aurait de négatif, mais comme un affaiblissement considérable de la portée de la loi.
- Ce serait au demeurant aller exactement à l'encontre du renforcement que, sur ce plan, avait apporté la loi Grenelle du 12 juillet 2010, laquelle avait, face à l'ampleur de la délinquance en matière d'affichage publicitaire, doublé le montant de l'amende pénale.
- Le travail de associations en faveur du respect du code de l'environnement, déjà extrêmement difficile dans la plupart des cas, serait rendu plus difficile encore : il faut savoir en effet qu'un nombre considérable de dispositifs implantés en violation de la loi ont été démontés grâce à l'action des procureurs de la République, qui, dès lors qu'ils sont saisis, diligentent des enquêtes, lesquelles conduisent systématiquement à des résultats positifs.

## **Ne surtout pas supprimer l'obligation pour le préfet ou le maire de faire déposer d'office les panneaux illégaux lorsque le contrevenant ne s'exécute pas !**

De même, envisager de ne donner qu'un caractère facultatif à l'exécution d'office prévue à l'article L. 581-31 du Code de l'environnement serait non seulement un signal extrêmement négatif mais pourrait paralyser l'action des associations, et donc des citoyens, chaque fois qu'un préfet ou un maire, contraint de prendre un arrêté de mise

en demeure à la suite de la saisine de la justice, ne liquiderait pas l'astreinte prévue à l'article L.581-27 du Code de l'environnement dans le cas où le contrevenant maintient en place son dispositif irrégulier.

### **Ne surtout pas modifier le premier alinéa de l'article L. 581-3 du code de l'environnement !**

L'article L. 581-3 du Code de l'environnement définit ce qu'est une publicité. Cette définition n'a jamais été remise en question depuis 1979. Et pour cause ! En effet, dans sa grande sagesse, le législateur avait estimé que l'impact d'un panneau publicitaire ne se limitait pas à celui de l'affiche qu'il supportait, mais à son encombrement visuel, c'est-à-dire à l'ensemble de la structure concernée, dont le cadre (la surface du support peut représenter 50 % voire beaucoup plus de la surface de l'affiche).

Alors que la loi autorise aujourd'hui des affiches de très grand format et des publicités géantes (12 m<sup>2</sup> et surface illimitée pour les bâches publicitaires), certains voudraient en outre que la limite de 12 m<sup>2</sup> applicable aux publicités autres que sur bâches ne s'applique plus aux panneaux proprement dits, mais seulement aux affiches qu'ils supportent !

Ainsi, alors que la seule mesure qui s'impose en la matière est de diminuer la surface maximale des panneaux publicitaires, notamment des panneaux scellés au sol qui sont à l'origine des « coups de poing atroces » et de cette « abomination » dénoncés par Michel Serres, modifier dans ce sens l'article L 581-3 du Code de l'environnement serait non seulement un énorme recul, mais une véritable provocation.

### **Ne surtout pas autoriser les publicités sur écran vidéo dans les petites agglomérations !**

Le Grenelle avait réservé l'implantation de ces dispositifs extrêmement agressifs aux communes de plus de 10 000 habitants.

Aujourd'hui, les afficheurs veulent pouvoir les déployer jusque dans des villages de quelques dizaines d'habitants, pour peu que ces derniers fassent partie de l'un des 60 territoires retenus selon des critères ne répondant à aucune logique paysagère. Une aberration d'autant plus grande que, outre l'énorme recul que signifierait une telle mesure et le nombre de citoyens qu'elle affecterait (plusieurs dizaines de millions), elle serait, au-delà de la pollution visuelle engendrée, un facteur redoutable de banalisation du territoire.

### **Lignes vertes**

Ces réunions ont été l'occasion pour les associations de rappeler quelles mesures incontournables il convenait de prendre pour en finir enfin avec « l'effet dévastateur » (cf. communiqué de presse du ministère de l'Écologie du 11 juin 2008) que peut avoir l'affichage sur le paysage et le cadre de vie des citoyens.

Pour sa part, Paysages de France a mis en avant quelques mesures prioritaires, dont certaines qui relèvent du simple bon sens ou de la simple mise à jour, et qui toutes, loin de nuire à l'emploi ou à l'économie, sont propres à les conforter et, alors que les règles

actuelles nuisent gravement à des centaines de milliers d'acteurs économiques, à assurer un exercice plus équilibré de la concurrence.



Une dérogation qui permet aujourd'hui encore d'installer des panneaux scellés au sol de grand format dans des milliers de petites villes, de villages et hameaux ainsi que le long de routes bordées de quelques maisons, cela jusque dans des parcs naturels et en Guyane !

Publicités : mesures clés pour dépolluer Outre les mesures à confirmer concernant la surface de certains dispositifs (écrans numériques, bâches publicitaires, panneaux scellés au sol notamment), trois mesures clés pour dépolluer le paysage ont été mises en avant par Paysages de France.

## 1 – Le cas des parcs naturels régionaux (PNR) et autre lieux mentionnés à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement

La loi (article L. 581-1 à 581-45 du Code de l'environnement) pose le principe de l'interdiction de la publicité dans les parcs naturels régionaux (PNR) et certains autres lieux tels que les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AMVAP) ou les aires d'adhésion des parcs nationaux. La même loi permet cependant de déroger à cette interdiction par la mise en place par une commune ou un EPCI d'un règlement local de publicité (RLP).

Cependant, à la suite du travail de sape conduit par les afficheurs en 2011, le pire de ce que permet le régime général reste possible en de tels lieux – par exemple d'installer des panneaux scellés au sol de grand format éclairés, motorisés et défilants, qui sont pourtant les symboles mêmes de la pollution et de la banalisation en matière d'affichage publicitaire.

Le bon sens commandait d'encadrer, lorsque le cas se présentait, la réintroduction de la publicité. C'est ce qui avait été fait dans le projet de décret soumis à consultation publique en février 2011, projet qui avait notamment fixé à 2m<sup>2</sup> maximum la surface des panneaux scellés au sol.

Puis les afficheurs étaient passés par là et avaient tout déconstruit.

C'est cette condition minimale, que le simple bon sens impose, qu'il convient bien évidemment de rétablir aujourd'hui.

## 2 - Seuil de population déclenchant l'autorisation d'installer certains dispositifs tels les publicités scellées au sol, les publicités de grand format, la publicité sur écran vidéo (dite numérique), etc.

Le seuil de 10 000 habitants a été fixé par le décret n° 80-923 du 21 novembre 1980.

Il se trouve que, depuis 1980, la situation a considérablement évolué du fait de la croissance démographique et d'un étalement urbain exponentiel.

Il est parfaitement clair dans ces conditions que le seuil de 10 000 habitants – vieux de 33 ans et correspondant à une réalité qui, depuis, a été modifiée en profondeur – est devenu totalement obsolète.

Il convient donc de tenir compte de ces évolutions et d'actualiser en conséquence le seuil à retenir pour autoriser certains formats et certains types de dispositifs.

Pour sa part, Paysages de France demande que le relèvement de ce seuil aille au-delà de la simple actualisation de façon à ce qu'il corresponde à une avancée et non à une simple mise à jour. L'association propose de le fixer désormais à 50 000 habitants.

### **3 - Dérogation concernant les « unités urbaines de plus de 100 000 habitants »**

Le décret 80-923 du 21 novembre 1980 avait institué une dérogation autorisant notamment l'installation de panneaux scellés au sol de grand format jusque dans de petits villages, même ceux faisant partie d'un PNR, pour peu qu'ils soient inclus dans de vastes territoires définis en dehors de toute logique paysagère.

Cette dérogation, qui concerne donc de très vastes espaces et des dizaines de millions d'habitants, est l'une des causes majeures de l'extrême dégradation et du mitage que peut engendrer l'affichage publicitaire en France.

C'est pour cette raison qu'elle avait été supprimée dans l'une des premières versions du décret d'application de la loi du 12 juillet 2010, dite loi Grenelle.

Cependant, au début de l'année 2011, les pressions et le chantage exercés par certains avaient conduit au rétablissement de cette dérogation.

Paysages de France demande bien évidemment que soit supprimée une dérogation que l'on peut qualifier sans hésitation de scélérate tant ses effets sont calamiteux, y compris sur le plan économique.

### **Enseignes**

De la même manière, Paysages de France a mis l'accent sur cinq points\* en particulier concernant les enseignes, notamment sur des vides juridiques (par exemple, rien actuellement n'interdit de clouer une enseigne sur un arbre !), dont certains ouvrant la possibilité de contourner la loi, ou encore sur la simplification et l'harmonisation des règles en matière de dispositifs scellés au sol ou posés directement sur le sol.