

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

↵ Des centaines de milliers de panneaux doivent être démontés au plus tard le 13 juillet 2015



C'est le 13 juillet 2015 qu'entrent enfin en vigueur plusieurs dispositions importantes en matière d'affichage publicitaire

La première, qui concerne les préenseignes dites dérogatoires, avait été adoptée le 12 juillet 2010 par l'Assemblée nationale, avec mise en application le 13 juillet 2015 ; ↵

▸ Les autres, issues du décret du 30 janvier 2012, ne s'appliquaient jusqu'ici qu'aux panneaux installés après le 1er juillet 2012. Désormais les panneaux installés avant le 1er juillet 2015 doivent également se conformer aux nouvelles règles (voir ci-dessous).



Les nouvelles règles de densité rendent illégal un tel cas de figure

600 000 préenseignes dont une grande partie étaient déjà en infraction depuis des années !

Les préenseignes dont il est question sont ces panneaux scellés au sol, de 1,5 m. de longueur sur 1 m de hauteur, qui prolifèrent le long de certaines portions de routes et, notamment, aux abords des agglomérations.

Le législateur avait en effet estimé qu'il convenait de déroger au principe de l'interdiction de la publicité hors agglomérations afin notamment que certaines activités ↵ (garages, stations-service, hôtels et restaurants), considérées comme « *particulièrement utiles pour les personnes en déplacement* » (ancien article L. 581-19 du code de l'environnement), puissent se signaler sous certaines conditions.

Selon l'Union de la publicité extérieure (UPE), le nombre de ces préenseignes serait d'environ 600 000. Paysages de France estime leur nombre à environ 1 000 000.

Une réglementation détournée et massivement bafouée par la grande distribution, ainsi que par les chaînes hôtelières et de restauration rapide

Si l'on peut admettre le principe d'une signalisation de certaines activités ciblées, force est de constater que la grande distribution notamment s'est littéralement engouffrée dans la brèche ainsi créée par le législateur. C'est ainsi que les Leclerc, Intermarché, Auchan et autre Système U ont pu signaler à travers toute la France leurs magasins grâce à un tour de passe-passe (d'ailleurs estimé illégal à maintes reprises par la justice) consistant à

apposer sur les panneaux un pictogramme, souvent minuscule, représentant une pompe à essence.

Pire, la grande distribution n'a pas hésité à enfreindre largement la réglementation en multipliant, pour chaque établissement, le nombre de dispositifs, alors que ce dernier était limité à 4 maximum. De même, alors que la réglementation fixait à 5 km la distance maximale de ces derniers par rapport au lieu où s'exerçait l'activité, il n'était pas rare de trouver d'en trouver à 10 voire 20 ou même 30 km.

Le cas du McDonald's de Ploërmel, qui comptait 24 préenseignes, n'est hélas pas un cas isolé. Encore faut-il préciser que Paysages de France a eu le plus grand mal à obtenir du délinquant (l'installation d'une publicité illégale hors agglomération est une infraction délictuelle) qu'il se conforme à la réglementation.

En outre, des dizaines de milliers de ces préenseignes étaient installés en violation de l'arrêté du 17 janvier 1983 imposant, hors agglomération, un recul de 5 mètres minimum par rapport au bord de la chaussée.

Qui plus est, en vertu de l'article L. 581-24 du Code de l'environnement, « Nul ne peut apposer de publicité ni installer une préenseigne sur un immeuble sans l'autorisation écrite du propriétaire. » Or un nombre considérable de préenseignes étaient installées de façon "sauvage" sur le domaine public communal, départemental ou national, sans autorisation du gestionnaire de voirie et donc en violation de la loi. Sans compter les installations sauvages sur le domaine privé, méthode couramment pratiquée dans de nombreux secteurs par certains afficheurs.

Des dizaines de milliers d'autres préenseignes installées en violation de la loi

Le comble est qu'un nombre considérable de préenseignes signalant des activités n'ayant aucun lien avec celles admises par la circulaire ont été installées en toute illégalité et continuent à prospérer en toute impunité. Et là encore, en première ligne, certains acteurs de la grande distribution, spécialisés dans le bricolage, le mobilier, les articles de sport, etc.

À force de tirer sur la corde...

Ces pratiques ont cependant fini par se retourner contre ceux qui s'y livraient. Les excès étaient tels que, lors des travaux du "Grenelle de l'affichage", le cas des préenseignes dérogatoires a fait rapidement l'objet d'un large consensus. D'où les mesures salutaires qui s'appliquent désormais.

Les victimes de cette concurrence sauvage et de ces dérives seront les grands bénéficiaires de la nouvelle réglementation

En certains lieux et notamment aux abords des agglomérations, la multiplication des préenseignes, légales ou non, était telle que les panneaux signalant les activités bénéficiant d'une dérogation finissaient par ne plus pouvoir jouer leur rôle. Les afficheurs eux-mêmes le répètent : trop de publicité tue la publicité.

La nouvelle réglementation rendra beaucoup plus lisible la signalisation des hôtels, restaurants, stations service, etc. Il ne faut surtout pas croire, contrairement aux rumeurs et "informations" totalement erronées relayées ici ou là, que les activités désormais privées du droit d'installer des préenseignes de 1,5 m² ne pourront plus se signaler.

C'est exactement l'inverse :

- ▀ la signalisation d'information locale (SIL), implantée sur le domaine public routier avec l'autorisation du gestionnaire de la voirie concernée (communes, conseil départemental, direction des routes), prendra le relais ;➡
- ▀ Le matraquage de la grande distribution et autres chaînes d'établissements submergeait les "petits", dont les messages disparaissaient sous le flot des pancartes des "puissants" ;➡
- ▀ une fois le paysage débarrassé de ces centaines de milliers de panneaux qui le polluaient et brouillaient les messages, la signalisation des restaurants, hôtels, campings, lieux d'hébergement et "services utiles aux usagers" n'en sera que plus lisible.

Ce sont donc ceux qui, mal informés, s'inquiètent aujourd'hui pour leur activité, qui seront en définitive les principaux bénéficiaires de la nouvelle réglementation !

Exemples d'idéogrammes pouvant être utilisés sur des panneaux relevant de la SIL



Les autres mesures qui entrent en vigueur le 13 juillet 2015 :



Dans les agglomérations < 10 000 habitants on passe de 12 m² maximum (panneau du haut) à 4 m² maximum (panneau du bas)

Plusieurs autres mesures importantes entrent en vigueur le ce 13 juillet 2015. Elles devraient améliorer la situation, notamment dans les petites villes, et permettre de

désencombrer quelque peu les plus grandes, qui, hélas, resteront encore, sauf volonté de leurs élus, les principales victimes des "coups de poing atroces" (Michel Serres, de l'Académie française) infligés notamment par les tristement célèbres "4 x 3" :

1 - Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (hors communes faisant partie d'une unité urbaine > 100 000 habitants selon les critères INSEE) :

- la surface maximale de panneaux passe à 4 m² maximum (ce qui revient à diviser par trois la surface de la plupart des panneaux en place)
- interdiction des préenseignes dites dérogatoires

2 - Dans toutes les agglomérations, quel que soit le nombre d'habitants :

- interdiction sur les façades non aveugles (ou ne comportant que des ouvertures d'une surface inférieure à 0,50 m²), quelle que soit la vocation du bâtiment (cette disposition ne concernait auparavant que les habitations) (article R 581-22 2°)
- lorsqu'elle peut être apposée sur la façade d'un bâtiment, une publicité ne peut dépasser le niveau de l'égout du toit (article R 581-27)
- règles de densité limitant le nombre de panneaux en fonction du linéaire de façade (article R. 581-25). (Voir pages 54 à 56 du guide réalisé par le ministère de l'Écologie : http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/guide_pratique_-_la_reglementation_de_la_publicite_exterieure-2.pdf)

Cette résorption d'une pollution qualifiée par certains de "peste, d'horrible furonculose" ne bénéficiera pas seulement aux citoyens dont le cadre de vie est défiguré par l'accumulation et la taille des panneaux, aux communes et régions dont l'image est fortement dégradée par ce chaos visuel, mais elle bénéficiera aussi à l'économie qui, plus que jamais aujourd'hui, a besoin, pour prospérer, de tourner le dos à des pratiques devenues synonymes d'agression, de laideur et d'échec sociétal. Inversement, la qualité du paysage d'un quartier, d'une ville, d'une région est certainement, pour la plupart de ces derniers comme pour leurs acteurs économiques, l'un des meilleurs "affichages" possibles...