

DOSSIER / Publicité : Stop ou encore ?

Nul ne peut ignorer l'empilage de panneaux publicitaires aux entrées de Grenoble, Saint-Etienne, Lyon... Pour réguler le régime de la publicité dans l'espace public, de nouvelles règles sont inscrites dans le Code de l'environnement.



L'article 17 de la loi Climat et Résilience prévoit de décentraliser le pouvoir de police sous couvert de liberté donnée aux maires et présidents d'intercommunalités concernant l'élaboration du Règlement local de publicité intercommunale (RLPi). Les communes devront se prononcer pour garder ou non le pouvoir de police qui pourrait alors être transférable dès le 1^{er} janvier 2024 à l'échelle de l'agglomération, de la communauté de communes ou de la métropole.

Cette mise en conformité se dessine à l'échelle des 53 communes qui composent la métropole de Saint-Etienne, et des 59 communes de la Métropole de Lyon. Les puissances publiques ont toutes deux arrêté le document provisoire du RLPi, et s'apprêtent à passer à la phase

d'enquête publique. L'objectif est d'appliquer la réglementation dès fin 2022 pour Saint-Etienne Métropole dans les six zones préalablement définies, et pour les neuf zones définies par la métropole lyonnaise. Presque 40 000 messages publicitaires ont été recensés sur ce territoire.

« Les afficheurs ne peuvent pas être heureux vis-à-vis de la future réglementation »

En l'état, le RLPi de la Métropole de Lyon qui prévoit d'interdire tous les dispositifs publicitaires lumineux (panneaux numériques, enseignes), est venu créer une fracture avec les acteurs économiques du secteur. Un mécontentement compris mais vite balayé par Philippe Guelpa-Bonaro, vice-président Climat, énergie et réduction de la publicité : « Les afficheurs ne sont pas heureux vis-à-vis de la future réglementation. Ils trouvent déjà le Code de l'environnement trop strict, que ce soit à Lyon, à Saint-Etienne où n'importe où. Je comprends que cela soit compliqué pour certains qui font la même chose depuis 40 ans, mais pour moi, les vrais entrepreneurs sont ceux qui savent s'adapter. »

L'objectif du règlement consiste à lutter contre la pollution visuelle, la surconsommation et à préserver la biodiversité dans les centres-villes. A Saint-Etienne, le document final n'est toujours pas arrêté et fait actuellement l'objet de révisions qui ne seront pas connues avant mars.

Le sujet du RLPi est loin de faire l'unanimité auprès du monde économique. En témoigne Thibault Levy, directeur de la régie publicitaire de médias Ellis basée à Irigny, créée par son père, il y a 30 ans : « Environ neuf panneaux sur dix qui nous appartiennent seront démontés. Dans certaines communes, il n'y aura plus du tout de panneaux appartenant au domaine privé alors qu'on garde, même si on réduit leur format, le mobilier urbain. Je pense aussi aux gens qui percevaient un loyer et comptaient là-dessus à la fin de l'année... Avec ce qui se profile pour le RLPi du Grand Lyon, nous allons devoir déposer le bilan. Il n'y a pas de recours possibles aujourd'hui autre que juridiques. »

Un temps d'avance pour la métropole grenobloise

Dans les 49 communes qui composent la métropole grenobloise, le RLPi s'applique depuis février 2020. Les effets devraient être visibles cette année avec le démontage des panneaux publicitaires ne répondant pas aux normes parmi les 2 725 dispositifs recensés (1 126 panneaux, 242 pré-enseignes et 1 357 enseignes). « Nous avons un patchwork au niveau de l'affichage publicitaire. Il est important d'harmoniser. L'année 2022 sera celle du démontage des panneaux 4X3 (12 m² de superficie), assure Ludovic Bustos, vice-président chargé de la stratégie foncière, de l'urbanisme et du PLUi de Grenoble Alpes Métropole. Sur la question du pouvoir de police, les maires seront aussi de nouveau consultés ». Dans la métropole stéphanoise, 28 % des dispositifs publicitaires (sur 1 600 au total) ne sont pas conformes au Code de l'environnement, d'après une étude menée entre 2017 et 2018 et portée à la connaissance du conseil métropolitain du 2 décembre 2021.

Sur l'existant, les publicitaires auront deux ans pour se mettre en conformité avec la réglementation et jusqu'en 2026 pour les commerçants et les acteurs économiques, dans le bassin grenoblois. La même temporalité s'exercera à partir de la parution définitive du texte pour les métropoles voisines.

Globalement, ajoute le maire de Poisat (Isère), travaillant en parallèle sur la création d'une police intercommunale de l'environnement pour lutter contre les dépôts sauvages d'ordures, la mise en place du RLPi s'est déroulée sans trop de heurts. « Tout le monde a compris la nécessité de réguler. Notre service instructeur veille à la mise en conformité. Pour le moment, nous sommes dans l'échange et le conseil plutôt que dans le contrôle et la verbalisation ».

Paysages de France est loin d'être sur cette longueur d'ondes. Depuis 30 ans, l'association fondée à Grenoble, mène lutte contre l'affichage publicitaire à outrance dans les villes. Elle décerne chaque année le « prix de la France moche » (voir notre zoom), et se montre peu satisfaite du RLPi de la métropole grenobloise. **Son porte-parole, Pierre-Jean Delahousse**, ne décolère pas : « Nous pensons que Grenoble, capitale européenne verte, deviendrait exemplaire, qu'elle n'autoriserait plus la publicité sur les trottoirs, ni les panneaux numériques et les enseignes lumineuses sur toiture. Decaux continue à installer des publicités sur les abris-voyageurs et même dans les zones interdites par le Code de l'environnement, à savoir le périmètre des monuments historiques et du site patrimonial remarquable de Grenoble. Cela donne une caution suprême d'écologiste à l'entreprise qui peut se prévaloir partout ailleurs que même Grenoble, connue pour son engagement écologiste, autorise l'installation de panneaux publicitaires sur ses trottoirs ». Le géant publicitaire a en effet remporté pour 12 ans, en 2019, le contrat des abris-voyageurs du SMTC, Syndicat mixte des transports en commun grenoblois.

Limitation à 10,5 m²

Les élus lyonnais essuient les mêmes reproches. « Encore plus qu'à Grenoble, la Ville de Lyon servira de caution à JC Decaux. Il n'est pas du tout garanti que le zonage soit respecté. Cette tambouille lyonnaise est absolument gravissime d'autant plus dans une ville classée Unesco. Nous demandons au Grand Lyon de ne pas déroger à l'article L-581-8 du Code de l'environnement, et de limiter la publicité sur le mobilier urbain », appuie **le représentant de Paysages de France**.

Ce dernier fait directement référence aux équipements habillant les abris-voyageurs dont le service Vélov' du Grand Lyon, pour lequel le contrat avec JC Decaux court jusqu'en 2032, et aux grands panneaux informatifs. Philippe Guelpa-Bonaro explique : « Ils font 8 m². Nous les tolérerons jusqu'en 2026. A partir de là, ils seront limités à 2 m². Ces panneaux apportent un service. Environ 40 % de leur face diffuse de l'information d'intérêt général à l'initiative du Grand Lyon ou de la commune. Je pense qu'il est important de garder ces faces institutionnelles, qui doivent prendre plus de place par rapport à la publicité commerciale sur l'espace public. D'où l'intérêt de continuer à travailler en bonne intelligence avec JC Decaux. »

Un projet de décret, actuellement à l'étude, pourrait venir limiter de 12 m² à 10,5 m² la superficie des enseignes scellées ou installées directement sur le sol, et le relèvement de à 4,7 m² (au lieu de 4 m²) de la surface maximale des « publicités murales non lumineuses dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. »

Le flou demeure sur les moyens mis à la disposition des communes ou intercommunalités pour faire respecter la loi puisque les préfetures n'auraient plus la possibilité d'intervenir.

Montalieu-Vercieu prend son image en main ?

Lauréate en novembre 2021 d'un des « prix de la France moche » décernés par Paysage de France, la commune iséroise a voté en février une délibération concernant son règlement de publicité.



Des panneaux qui se multiplient sur les façades de Montalieu-Vercieu, il en a beaucoup été question lorsque la commune rurale des Balcons du Dauphiné a remporté en 2021, le prix de la catégorie « Campagne publicitaire », lors du palmarès de la « France Moche » dressé par Paysage de France. En cause, des panneaux jugés bien trop nombreux.

C'est pourquoi, le 9 février dernier, le conseil municipal a voté une délibération portant sur règlement local de publicité. Il a été rappelé qu' « *en l'absence d'un règlement local de publicité, c'est la réglementation nationale (RNP) qui s'applique sur le territoire communal, et le préfet de l'Isère dispose du pouvoir de police et d'instruction des demandes* ».

Le conseil a donc voté à l'unanimité moins une voix, de pouvoir solliciter l'intervention des services de la Direction départementale des territoires, pour veiller dorénavant au respect du RNP. La commune n'ayant pas connaissance de demandes effectuées, ni des réponses apportées (accord ou refus), le contrôle aujourd'hui n'est pas possible. « *Les services d'urbanisme et la police municipale seraient alors plus à même de repérer et d'alerter [...] en cas de non-respect des décisions* » explique la délibération.

Un premier pas vers un affichage régulé ? Certainement. Mais la rancune de la mairie n'en est pas moins tenace puisqu'à l'occasion du conseil municipal, le maire a rappelé que « *ce classement complètement arbitraire et sans fondement fait l'objet d'un recours par la commune auprès du tribunal judiciaire compétent en matière d'atteinte à l'image de la commune* ».