



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

panneaux publicitaires

Question écrite n° 112698

Texte de la question

Mme Valérie Boyer attire l'attention de Mme la ministre de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement sur la loi « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, qui inscrit la nécessité d'encadrer la publicité extérieure par voie réglementaire. Or le projet de décret d'application de la publicité extérieure outrepassa largement le cadre défini par la loi, préfigurant la suppression de plusieurs milliers de dispositifs existants et la disparition de deux tiers des acteurs du secteur. Ce projet de décret, ouvert à consultation publique, a suscité une vive émotion des professionnels de la filière affichage, des acteurs de la communication locale, des élus locaux et d'entreprises locales de tous secteurs. Devant la mobilisation des professionnels et face au risque de fermeture d'entreprises, c'est par une étude d'impact sociale et économique du secteur de la publicité extérieure, demandée le 17 mars 2011 par circulaire du Premier ministre, que le Gouvernement a décidé de consulter les protagonistes. Néanmoins, aucune concertation n'a été organisée entre eux. Il est surprenant de constater que l'impact et la portée du projet de décret n'ont pu être évalués avant la rédaction du décret. L'affichage est la partie émergée d'une véritable économie locale, d'une filière, de plusieurs dizaines de milliers d'emplois qui ne vivent que grâce à ce secteur : peintres en lettres, artisans poseurs, fabricants de matériel, imprimeurs, sérigraphistes, régies privées et municipales locales, C'est également cette communication locale qui permet chaque jour aux commerçants, aux PME locales de se faire connaître. C'est aussi grâce à elle, que des ménages modestes peuvent compléter leurs revenus en louant leurs murs pour l'affichage extérieur. Cette communication locale représente dix milliards de dépenses par an. Aussi, elle se demande pourquoi il y a eu une telle précipitation, une absence de concertation, des modalités et un calendrier imposés aux acteurs de ce secteur. Elle souhaite savoir s'il faut s'en remettre à une évaluation de l'impact de ces mesures sur l'ensemble des acteurs de l'économie et de la communication locales. Enfin elle s'interroge si les acteurs de ce secteur ne pourraient pas lui proposer des solutions viables, transitoires et écologiquement favorables, sans que la préservation du paysage ne rime avec chômage.

Texte de la réponse

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, par ses articles 36 à 50, amorce une réforme de la réglementation publicitaire afin d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles. Elle prévoit un encadrement plus restrictif de l'affichage publicitaire, notamment en introduisant une notion de densité, en interdisant la publicité hors agglomération, en favorisant les économies d'énergie et en révisant les règles nationales de format et d'emplacement. L'objet du décret est la mise en oeuvre de ces principes afin d'améliorer l'impact de ces dispositifs sur les paysages et les entrées de villes. Une large concertation a été menée avec les acteurs concernés par la publicité, à savoir les professionnels de l'affichage publicitaire (dispositifs publicitaires classiques, mobilier urbain, bâches, dispositifs innovants), les associations environnementales ou d'usagers, les juristes et bureaux d'étude et les gestionnaires d'aéroports. Des réunions interservices ont permis d'examiner ce projet avec l'ensemble des directions concernées dans les différents ministères. De plus, la mise en ligne du projet de décret pour sa consultation publique a permis de recueillir l'avis des citoyens. La participation à cette consultation a été très importante puisque plus de 7 000 contributions

écrites ont été recensées. Celles-ci ont été soigneusement étudiées et prises en compte dans nos arbitrages. Enfin, des études ont été réalisées sur le terrain par de nombreuses directions départementales du territoire (DDT), permettant de mesurer l'impact et les conséquences des prescriptions réglementaires envisagées. La remontée de ces données, croisées avec les chiffres fournis par le ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, du fait du projet de décret, fait apparaître un taux de dépose ou de mise en conformité du parc publicitaire existant très faible (de 5 à 15 %). Ce taux est nul pour ce qui concerne le mobilier urbain qui n'est pas impacté par le décret. Par ailleurs, un développement important de secteurs comme celui du micro-affichage, des bâches, des dispositifs innovants, des publicités sur aéroports ou gares est prévu, permettant d'envisager une progression de 10 à 30 % des chiffres d'affaires des entreprises investissant dans ces domaines d'activité. Néanmoins, le Gouvernement a souhaité organiser d'ultimes séances de concertation avec les partenaires avant d'arrêter définitivement son projet. Un travail de pédagogie, à travers notamment un guide méthodologique, sera réalisé dès publication du décret afin d'accompagner sa mise en application progressive. Une période transitoire de deux à dix années est prévue pour une mise en conformité des dispositifs avec la nouvelle réglementation.

Données clés

Auteur : [Mme Valérie Boyer](#)

Circonscription : Bouches-du-Rhône (8^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 112698

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : Écologie, développement durable, transports et logement

Ministère attributaire : Écologie, développement durable, transports et logement

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 28 juin 2011, page 6759

Réponse publiée le : 23 août 2011, page 9066