

18-6-2009

Les antipubs dénoncent "le gâchis" de la réforme de l'affichage publicitaire

"Maitriser la pression publicitaire et accroître la protection des paysages." Fort de cet objectif, le sénateur UMP du Calvados Ambroise Dupont a remis, mercredi 17 juin, à la secrétaire d'Etat à l'écologie, Chantal Jouanno, un rapport visant à compléter et mieux faire appliquer la loi de 1979 sur la publicité extérieure, les enseignes et préenseignes. Voici les principales propositions du rapport, commentées par **Nicolas Hervé**, **membre du Collectif des déboulonneurs**, l'une des cinq associations consultées sur ce sujet. M. Hervé dénonce "un grand gâchis" et fait état de sa "déception et de son inquiétude", partagées par les responsables de Paysages de France et de Résistance à l'agression publicitaire avec lesquels il s'est entretenu.

Interdire la publicité dans un rayon de 100 mètres autour des écoles maternelles et primaires. "C'est une bonne mesure, mais les municipalités pourront y déroger dans le cadre des zones de publicité restreinte qu'elles pourront continuer de définir. Or, les associations avaient demandé dans leurs dix mesures que les municipalités puissent seulement être plus restrictives que les mesures nationales. Nous craignons par ailleurs que cette mesure phare éclipse d'autres propositions du rapport que nous jugeons très préoccupantes."

Contrôler l'intensité des publicités lumineuses. "C'est une mesure a minima. Eteindre les publicités aux heures où il n'y a personne dans les rues ne dérangera pas les annonceurs. Le Collectif des déboulonneurs demandait l'interdiction d'utiliser de l'énergie pour les dispositifs publicitaires, donc les panneaux déroulants et les panneaux lumineux."

Réduire le format des supports d'affichages publicitaires (de 16 mètres carrés maximum actuellement à 12 mètres carrés maximum). "Actuellement, les 4 par 3, soit les panneaux de 12 mètres carrés, sont la norme, ceux de 16 mètres carrés sont très rares. Cette proposition fait donc semblant de s'attaquer au format, sans rien changer dans les faits. Les associations demandaient de s'attaquer aux dispositifs sur pieds, qui s'imposent beaucoup plus au regard que les panneaux muraux, et de les limiter à 2 mètres carrés."

Limiter la densité des dispositifs dans la ville. "Le rapport préconise de définir une longueur de parcelle privée sur la rue en deçà de laquelle on ne pourra pas poser de panneaux. Mais sera-t-il possible d'en mettre à partir de 3 mètres et tous les 3 mètres, ou à partir de 30 mètres et tous les 30 mètres ? Comment décider quels panneaux retirer s'ils sont trop nombreux ? C'est trop flou. Sur ce point fondamental de la densité, il faut poursuivre la concertation. Les associations demandaient une inter-distance minimale de 150 mètres. Notre collectif préconisait de limiter le nombre de panneaux publicitaires en fonction du nombre d'habitants de la commune, ce qui permettait aux propriétaires de panneaux (comme Decaux) de s'organiser entre eux."

Limiter les enseignes dans les zones commerciales (un panneau par façade et un seul support scellé au sol par établissement), supprimer les "zones de publicité étendues" (ZPE) et les "zones de publicité autorisées" (ZPA) hors agglomération, les remplacer par une signalétique routière. "C'est bien de limiter les supports scellés, mais pourquoi se cantonner aux zones commerciales ? La suppression des ZPA et ZPE, qui permettent notamment les immenses bâches sur les immeubles en bordure des périphériques, était demandée par les associations, et nous sommes plutôt favorables à une signalétique routière, qui indiquerait "Pharmacie" "Restaurant". Mais le problème est qu'il est proposé par ailleurs de créer

une réglementation spéciale autorisant les bâches publicitaires sur les immeubles en travaux..."

Renforcer la responsabilité des communes dotées d'une réglementation spéciale. "C'est une catastrophe, quand on sait qu'un tiers des dispositifs publicitaires sont illégaux. Comment les petites communes pourront-elles les faire respecter si elles sont directement soumises aux pressions des annonceurs, et ne peuvent plus s'appuyer comme aujourd'hui sur les préfetures ? Lesquelles ont en général un employé au moins partiellement chargé du problème (mais de moins en moins, montre une annexe du rapport). Le ministère a eu gain de cause sur ce sujet : il avait déjà proposé, il y a deux ans, de décharger les préfetures de ce dossier. Nous lui avons dit que c'était dangereux. Son objectif est de faire des économies, et d'éviter que les préfetures soient condamnées à des amendes par les tribunaux administratifs, comme cela est parfois le cas, quand elles ne font pas respecter les règles."

Accroître la vigilance sur les nouveaux procédés et nouvelles technologies publicitaires avec l'appui du Conseil national du paysage, qui sera consulté sur les impacts paysagers du développement des nouveaux dispositifs publicitaires (écrans plasma, véhicules...) ainsi que l'émergence des bâches de grandes dimensions liées à la création publicitaire. "C'est très flou. Les associations demandaient une telle instance de discussion, mais il faut selon nous qu'elle se prononce avant l'installation des nouveaux dispositifs, et puisse faire valoir un principe de précaution dans l'attente d'une législation. Or, on voit déjà se développer, en Vendée ou près d'Aix-en-Provence, des grands écrans plasma ou LCD qui profitent du vide juridique. Il faut continuer les débats. Nous n'avons eu que trois réunions de concertation, de deux heures. Chantal Jouanno n'a pas encore répondu à nos nombreuses demandes de rencontre. Et elle semble vouloir transcrire ce rapport dans le projet de loi dit "Grenelle 2", qui sera discuté dès cet automne, alors que le Conseil national du paysage n'a pas encore rendu son rapport sur le même sujet."

JOURNAL DE L'ENVIRONNEMENT 19-6-2009 (SUITE ET FIN)

évoquées sont en effet bien loin de celles que ces associations (1) avaient proposées en mars dernier dans un communiqué commun. Ainsi, rien au sujet de la fin des grands panneaux sur pied ou sur une limitation à 2 m², comme elles le réclament, au lieu de 12. Elles déplorent également la suggestion de confier le pouvoir aux maires. «Pour beaucoup de communes, la réglementation est trop compliquée», estime Pierre-Jean Delahousse. «De plus, il peut y avoir des conflits d'intérêt dans les petites communes»... Bref: les communes sont plus vulnérables que les préfetures aux pressions des afficheurs, considèrent-elles. Et il est plus simple pour les associations d'agir auprès d'une centaine de préfets, qu'auprès de plus de 30.000 maires. Enfin, elles regrettent le manque de temps sur ce sujet: «Les demandes des associations de prolonger le travail de réflexion n'ont pas été entendues», écrit l'association Les Déboulonneurs dans un communiqué.

Chantal Jouanno a indiqué que le Conseil général du paysage se prononcera sur le texte en juillet, et souhaite que des dispositions puissent être intégrées dans le projet de loi dit «Grenelle II». Tout en indiquant que «la publicité doit être attrayante, sans être omniprésente», la secrétaire d'Etat a tout de même rappelé que «l'ultra consommation n'est pas compatible avec l'écologie de demain»...

(1) «Pour en finir avec « l'effet dévastateur » de l'affichage publicitaire sur le paysage», de Collectif des déboulonneurs, France nature environnement, Paysages de France, Résistance à l'agression publicitaire, Société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France.
