

Associations et afficheurs s'affrontent sur la réforme de l'affichage public

Un projet de décret est soumis à consultation publique par le ministère de l'écologie

Quelle place donner à l'affichage publicitaire sur le territoire français ? Ce sujet, souvent sensible pour les gens soucieux de leur cadre de vie, est en passe d'être tranché. Depuis mercredi 23 février, le projet de décret, qui donnera de nouvelles règles à l'affichage publicitaire en France, est en ligne sur le site du ministère de l'écologie. Tous les Français peuvent donner leur avis sur le texte mis en consultation publique jusqu'au 11 mars.

« Cette réglementation va enfin stopper la lente dégradation de nos paysages urbains et périurbains et améliorer notre cadre de vie et l'image même de nos villes » : tel est le souhait de Nathalie Kosciusko-Morizet, la ministre de l'écologie, qui a ouvert le chantier fin 2008 dans le cadre de la loi Grenelle. Le nouveau texte a finalement été voté le 12 juillet 2010. Reste à publier le décret d'application.

Mais ce décret est soumis aux pressions d'acteurs aux intérêts divergents. Les afficheurs sont en première ligne. Leur chiffre d'affaires a atteint, en 2009, 1,1 milliard d'euros, malgré la crise. Soit près de 10 % des recettes publicitaires engrangées par l'ensemble des médias. La moitié de ce marché est entre les mains de JCDecaux, dont le chiffre d'affaires en France frôle les 600 millions d'euros (+ 6 %), loin devant les américains Clear Channel et CBS Outdoor.

Selon la nouvelle réglementation, les afficheurs devraient pouvoir déployer des écrans vidéo sur la voie publique – un enjeu majeur alors que l'affichage s'apprête à bas-

culer vers le numérique. Avec l'assurance de pouvoir installer des bâches publicitaires. Le texte sécurise aussi le micro-affichage sur les vitrines des magasins, les dispositifs géants placés à proximité des aéroports ou l'affichage dans les zones commerciales situées hors agglomération.

« Gaspillage »

Reste à placer les curseurs. Le décret fixe un certain nombre de limites. Il introduit une notion de densité de panneaux. Une taille de 2,5 m² pour les écrans vidéo. Ou une dimension maximale de 12 m² pour les publicités sur les bâches tendues sur les immeubles en travaux. Des limites que conteste en bloc l'Union de la publicité extérieure (UPE), l'organisme professionnel qui réunit les afficheurs.

Ces limitations sont approuvées par les associations comme Paysages de France, le Collectif des déboulonneurs ou Résistance à l'agression publicitaire. Mais Paysages de France s'inquiète de l'autorisation donnée à l'installation de panneaux de 12 m² dans des petites communes si elles appartiennent à une unité urbaine de 10 000 habitants. Résistance à l'agression publicitaire dénonce le « *gaspillage énergétique* », avec l'arrivée des écrans vidéo et l'autorisation donnée au mobilier urbain de rester allumé la nuit. « Ce décret se contente d'encadrer partiellement les nouvelles dérogations offertes aux afficheurs par la loi Grenelle 2 », estime, pour sa part, le Collectif des déboulonneurs. ■

Laurence Girard