



# ASSEMBLÉE NATIONALE

## 13ème législature

### panneaux publicitaires

Question écrite n° 116206

#### Texte de la question

Mme Maryse Joissains-Masini attire l'attention de Mme la ministre de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement sur les enjeux économiques et sociaux de la publicité extérieure dans le contexte du décret d'application Grenelle II. La loi « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, a inscrit la nécessité d'encadrer la publicité extérieure, *via* des décrets d'application. Un projet de décret, « portant règlement national de la publicité extérieure, des enseignes et des pré-enseignes », et ouvert à consultation publique, a suscité une vive émotion et une mobilisation de tous les professionnels de la filière affichage, et également celles de tous les acteurs de la communication et des autres secteurs qui en dépendent. Les professionnels du secteur ont pris conscience de l'impact catastrophique que pourraient avoir les mesures énoncées dans ce décret si elles étaient appliquées en l'état. En effet, malgré la menace qui pèse aujourd'hui sur des milliers d'emplois au niveau local, aucune concertation n'a eu lieu avec les professionnels de la filière, dans son ensemble. Les entreprises qui pâtiront de ces mesures représentent les deux tiers des petites et moyennes entreprises du secteur. Comme elle le sait, le risque d'effet « boule de neige » est bien réel puisque au niveau local, ces entreprises travaillent avec de nombreux petits commerçants et artisans, l'activité de certains dépendant exclusivement de l'affichage (peintres en lettres, sérigraphistes, artisans poseurs, fabricants de matériels...). Alors que nous nous situons face à un risque avéré de disparition durable de dizaines de milliers d'emplois locaux et de mise en péril et en liquidation de milliers de PME-TPE, aucune concertation avec les professionnels n'a été organisée par le Gouvernement, à la veille de la réunion interministérielle qui a eu lieu récemment. Elle lui rappelle que l'affichage est utile au commerce local. Employé à bon escient, il participe pleinement à l'attrait et au dynamisme d'une ville ou d'un village, en signalant les points d'intérêt. Elle lui demande de rencontrer très rapidement les professionnels de ce secteur.

#### 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, notamment 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, fait apparaître un taux très faible (de 5 à 15 %) de dépose ou de mise en conformité du parc publicitaire existant du fait du projet de décret. 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 ceux 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 Maryse Joissains-Masini](#)

**Circonscription :** Bouches-du-Rhône (14<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 116206

**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 :** 2 août 2011, page 8286

**Réponse publiée le :** 30 août 2011, page 9402