



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

panneaux publicitaires

Question écrite n° 94362

Texte de la question

M. Philippe Nauche attire l'attention de M. le secrétaire d'État, auprès du Premier ministre, chargé de la réforme de l'État et de la simplification sur les préoccupations du Syndicat national de l'enseigne et de la signalétique (SYNAFEL) relatives à la réglementation sur les enseignes publicitaires. En effet, la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et son décret d'application du 31 janvier 2012 qui contiennent les mesures relatives aux enseignes publicitaires ont été complétés par une notice technique du 25 mars 2014 (NOR DEVL1401980). De fait, l'article R. 581-59 du code de l'environnement, dans sa rédaction issue du décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012, prévoit que les enseignes lumineuses doivent satisfaire à des « normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt ». L'arrêté ministériel n'ayant pas été publié, les professionnels du secteur souhaitent appeler l'attention des services sur la difficulté du contrôle de ces données, dont les résultats dépendent en grande partie notamment de l'environnement lumineux du dispositif implanté et des méthodes utilisées pour effectuer ces mesures. Cette difficulté se pose également dans le cadre des demandes d'autorisation préalable : le formulaire CERFA n° 14798*1 doit indiquer la luminance maximale de jour et de nuit du dispositif publicitaire envisagé, alors même que cette information ne peut valablement être connue au jour de la demande d'autorisation préalable. De même, s'agissant de la surface des enseignes, l'article R. 581-63 du code de l'environnement dispose que « les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade », mais que « cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés ». Il en résulte que la surface autorisée des enseignes cumulées sur une façade de 49 mètres est plus importante que sur une façade de 81 mètres carrés. De plus, concernant les enseignes scellées au sol, les articles R. 581-65 et R. 581-34 du code de l'environnement semblent être en contradiction pour ce qui concerne leur surface unitaire maximale. En effet, l'article R. 581-65 I dispose que la surface unitaire maximale de ces enseignes est de 6 mètres carrés, et portée à 12 mètres carrés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ; alors que l'article R. 581-34 alinéa 3 de ce même code prévoit qu'« à l'intérieur des agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la publicité lumineuse scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés ». Les professionnels déplorent se heurter aux notions géographiques et démographiques de l'agglomération auxquelles se réfère le guide pratique de la réglementation cité plus haut et dont la complexité ne peut qu'être source de multiples contentieux avec les collectivités et entrave l'activité des entreprises. Le guide fait ainsi référence à des notions de « sous-ensemble » ou de « densité » des ensembles bâtis. Enfin, l'article L. 581-14 alinéa 2 du code de l'environnement permet la création de règlements locaux de publicité plus restrictifs. Cette accumulation de textes nuit à la lisibilité, à la clarté et à la compréhension de la norme et donc à son application. Face à cet enchevêtrement de textes et de normes, il lui demande de lui indiquer quelles mesures elle compte prendre pour simplifier la réglementation des enseignes publicitaires.

Texte de la réponse

La réglementation de la publicité est effectivement particulièrement complexe parce qu'elle est précise, et peut ainsi présenter certaines difficultés d'interprétation. C'est pourquoi un guide pratique assez important a été réalisé suite à la réforme de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement. La réglementation en matière de publicité répond cependant clairement à des attentes de la société en termes de qualité du cadre de vie et de préservation des paysages et est ainsi garante de l'attractivité touristique de nos territoires. Les nombreuses réactions lors de la consultation du public ont conduit le ministère chargé de l'environnement, en accord avec le ministère de l'économie, à retirer les dispositions qui n'étaient pas strictement l'application de la loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques. Le décret publié le 29 mai dernier porte donc uniquement sur la publicité dans l'emprise des équipements sportifs. Parmi les dispositions initialement envisagées, certaines visaient à corriger des erreurs matérielles ou de cohérence, qu'il s'agisse de la publicité sur le mobilier urbain, du calcul de la surface de l'enseigne sur façade commerciale ou de la réglementation en matière de luminance notamment. De nombreux parlementaires et professionnels du secteur ont souhaité que ces questions soient à nouveau examinées. Il a donc été demandé aux services du ministère chargé de l'environnement de les mettre à l'étude dans le cadre d'une concertation renforcée avec tous les acteurs concernés.

Données clés

Auteur : [M. Philippe Nauche](#)

Circonscription : Corrèze (2^e circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 94362

Rubrique : Publicité

Ministère interrogé : Réforme de l'État et simplification

Ministère attributaire : Environnement, énergie et mer

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [22 mars 2016](#), page 2313

Réponse publiée au JO le : [18 octobre 2016](#), page 8612