ASSEMBLÉE NATIONALE

16ème législature

Il est temps d'interdire les panneaux publicitaires numériques

Question écrite n° 4082

Texte de la question

Mme Charlotte Leduc alerte Mme la ministre de la transition énergétique sur l'absurdité que représente la non-interdiction des panneaux publicitaires numériques dans une période de crise énergétique et dans le contexte de crise climatique globale, qui appelle à une bifurcation écologique radicale. En effet, alors que les Françaises et les Français s'inquiètent de potentielles coupures de courant dans les mois à venir, les appels Gouvernementaux à la sobriété ne cessent de mettre en avant la responsabilité des individus et de promouvoir les « petits gestes » censés permettre au pays de passer l'hiver. Pendant ce temps-là, les grandes multinationales déversant leur publicité en masse grâce aux panneaux publicitaires numériques ne sont pas mises à contribution. La consommation énergétique d'un panneau publicitaire numérique est pourtant équivalente à celle d'un à trois ménages sur un an (hors chauffage). Selon l'Ademe, la France comptait 55 000 panneaux numériques en septembre 2020 et ce nombre est en croissance de 20 % par an. Quel gaspillage phénoménal d'énergie et de ressources ! Et pour quelle utilité sociale ? À quoi servent ces dispositifs si ce n'est à encourager une surconsommation non choisie et incompatible avec les objectifs écologiques que la France s'est fixée ? De plus, comment imaginer demander des efforts de sobriété aux Françaises et aux Français quand une telle gabegie s'étale ostensiblement aux yeux de toutes et tous ? Le cabinet Carbonne4 a d'ailleurs montré, dans une étude de juin 2019, que les changements de comportements individuels ne permettraient de réaliser, au maximum, que 25 % des réductions d'émissions de gaz à effets de serre nécessaires pour respecter les objectifs des accords de Paris. En faisant porter aux Françaises et aux Français la responsabilité des crises énergétique et climatique, le Gouvernement dédouane donc habilement les multinationales, pourtant grandes consommatrices d'énergie et coupables de crimes climatiques. Il est désormais urgent de légiférer et d'interdire purement et simplement l'ensemble des dispositifs publicitaires numériques et lumineux dans l'espace public afin de rétablir un semblant de justice écologique et fiscale. La proposition de loi n° 547 visant à interdire les dispositifs publicitaires numériques et lumineux dans l'espace public et les espaces de transport en commun et à réguler les horaires d'éclairage des enseignes commerciales a été déposée le 29 novembre 2022. Elle n'a depuis pas été mise à l'ordre du jour de l'Assemblée nationale alors que le temps presse face aux pénuries à venir. Cette proposition de loi, s'appuyant sur le travail d'associations de terrain, répond aux enjeux du moment en imposant aux grandes entreprises énergivores de participer à la hauteur de leur consommation à l'effort national de sobriété et en s'inscrivant résolument dans la direction d'une planification fondée sur la justice écologique. Elle lui demande ce qu'attend donc le Gouvernement pour s'emparer de ce travail parlementaire et exiger à son tour l'interdiction des dispositifs publicitaires numériques et lumineux.

Texte de la réponse

Le Gouvernement fait de la sobriété et de l'efficacité énergétiques un des trois pilliers de sa politique énergétique avec l'accélération de la production des énergies renouvelables et la relance d'un programme nucléaire majeur. Le 6 octobre dernier, la ministre de la Transition énergétique et la Première ministre ont présenté un plan de sobriété qui vise à réduire de 10% notre consommation d'énergie d'ici 2024. L'Etat, comme des centaines d'entreprises et de collectivités locales sont déjà mobilisées pour y parvenir. Une grande

campagne à destination du grand public a également été lancée. Cette mobilisation générale produit déjà des résultats considérables : sur le mois de décembre, la baisse de consommation retraitée des températures était de 8,5 %. Elle a porté ses fruits et notre système électrique a pu surmonter la vague de froid de décembre, tout en maintenant un signal EcoWatt Vert. Le Gouvernement mène également des actions ambitieuses en matière d'efficacité énergétique sur la rénovation thermique des bâtiments, le verdissement des transports ou encore, sur la décarbonation profonde de l'industrie. Ces actions sont nécessaires. Le rapport de RTE nous le démontre : d'ici 2050, si nous voulons atteindre la neutralité carbone, il nous faudra réduire de 40% notre consommation d'énergie. Le Gouvernement partage le souci d'exigence de sobriété et la nécessité de réguler davantage la publicité lumineuse en particulier lorsqu'elle est numérique. C'est pourquoi la publicité extérieure contribue déjà au nécessaire effort de sobriété énergétique. Plusieurs textes ont été adoptés récemment, ou le seront prochainement, pour venir encadrer davantage la publicité lumineuse. Ainsi, la loi Climat et Résilience de 2021 a ouvert la possibilité aux maires et intercommunalités d'imposer, dans leur règlement local de publicité, des prescriptions à respecter pour les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines des commerces et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique, qui n'étaient jusqu'alors soumises à aucune règle. Le décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022 est quant à lui venu étendre à l'ensemble du territoire l'obligation d'extinction nocturne des publicités entre 1 heure et 6 heures du matin, alors que précédemment seul un règlement local de publicité pouvait fixer de telles règles dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants. Ce décret met également fin, à compter du 1er juin 2023, à la dérogation accordée aux publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain. Le décret n° 2022-1331 du 17 octobre 2022 prévoit en outre, pour répondre à l'enjeu de sécurité énergétique, une obligation d'extinction des publicités lumineuses en cas de menace grave et imminente sur la sécurité d'approvisionnement en électricité. Enfin, un projet d'arrêté fixant des normes techniques applicables aux publicités lumineuses est en cours d'élaboration.

Données clés

Auteur : Mme Charlotte Leduc
Circonscription : Moselle (3e circonscription) - La France insoumise - Nouvelle Union Populaire écologique et sociale
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 4082
Rubrique : Publicité
Ministère interrogé : Transition énergétique
Ministère attributaire : Transition énergétique

Date(s) clée(s)

Question publiée au JO le : 13 décembre 2022, page 6212
Réponse publiée au JO le : 14 février 2023, page 1546