



## 14ème législature

<b>Question N° :</b> <b>70859</b>	De <b>Mme Aurélie Filippetti</b> ( Socialiste, républicain et citoyen - Moselle )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Culture et communication		<b>Ministère attributaire</b> > Culture et communication
<b>Rubrique</b> > patrimoine culturel	<b>Tête d'analyse</b> > monuments historiques	<b>Analyse</b> > publicités extérieures de grandes dimensions. réglementation.
Question publiée au JO le : <b>09/12/2014</b> Réponse publiée au JO le : <b>24/03/2015</b> page : <b>2226</b>		

### Texte de la question

Mme Aurélie Filippetti attire l'attention de Mme la ministre de la culture et de la communication sur l'installation de bâches publicitaires sur les monuments historiques et bâtiments classés faisant l'objet de travaux extérieurs nécessitant la pose d'échafaudages. Depuis 2007, le code du patrimoine autorise ces monuments à recourir à cette source de revenus à la condition que les sommes retirées de cette publicité soient intégralement dédiées à la rénovation du monument, que l'affichage n'excède pas 50 % de la surface totale de la bâche et que sa durée ne dépasse pas l'utilisation effective des échafaudages. Toutefois, elle lui rappelle que là où le code du patrimoine autorise des publicités immenses sur les monuments historiques, le code de l'environnement les interdit, sans dérogation possible, à moins de 100 mètres de ces mêmes bâtiments afin d'éviter une pollution visuelle et une atteinte au patrimoine, particulièrement quand le contenu de l'affichage, son volume et son graphisme s'avèrent pas ou peu compatibles avec le caractère historique et artistique du monument et de son environnement. Aussi, elle lui demande quels sont les moyens à mettre en œuvre permettant de résoudre ce paradoxe.

### Texte de la réponse

L'article L. 621-29-8 du code du patrimoine permet un affichage publicitaire sur les bâches posées sur les échafaudages des travaux de restauration des façades des monuments historiques afin de participer au financement de certains travaux. Ce dispositif est tout à fait distinct de la réglementation relative aux règles de publicité du code de l'environnement. Le ministère chargé de l'environnement, au moment de l'élaboration de la législation sur la publicité sur les monuments historiques, n'avait pas souhaité que ces dispositions soient transposées au code de l'environnement, considérant que ce dispositif temporaire ne constituait pas une dérogation d'une règle de publicité de ce code mais relevait d'objectifs spécifiques. En effet, le dispositif mis en place par le ministère de la culture et de la communication se distingue des règles sur l'affichage publicitaire du code de l'environnement de plusieurs façons : - le caractère temporaire du dispositif, - le lien systématique avec des travaux de restauration, - le délai d'installation de l'affichage qui ne peut pas dépasser la durée des stricts travaux de restauration autorisés sur la façade, - l'installation de l'affichage sur une bâche d'échafaudage et non sur le monument lui-même ce qui évite sa dégradation, - l'obligation d'une demande d'autorisation spécifique qui permet aux services instructeurs des directions régionales des affaires culturelles de contrôler le contenu du message publicitaire, sa compatibilité avec l'image du monument, ses couleurs, sa surface qui ne doit pas excéder 50 % de celle de la bâche et inciter les propriétaires à évoquer ou représenter l'image du monument sur les espaces restants. Les règles d'affichage publicitaire du code de l'environnement ne permettent pas un tel contrôle. Le ministère de la culture et de la communication restera vigilant pour que l'esprit de ce texte, qui vise à garantir la compatibilité de l'affichage avec l'histoire et le sens du monument, soit bien respecté.

