



## 15ème législature

<b>Question N° :</b> 12273	De <b>Mme Danièle Obono</b> ( La France insoumise - Paris )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Transition écologique et solidaire		<b>Ministère attributaire</b> > Transition écologique et solidaire
<b>Rubrique</b> > publicité	<b>Tête d'analyse</b> > Encadrement de l'affichage publicitaire en France	<b>Analyse</b> > Encadrement de l'affichage publicitaire en France.
Question publiée au JO le : <b>18/09/2018</b> Réponse publiée au JO le : <b>30/10/2018</b> page : <b>9839</b>		

### Texte de la question

Mme Danièle Obono interroge M. le ministre d'État, ministre de la transition écologique et solidaire sur l'encadrement de l'affichage publicitaire en France. La loi du 12 juillet 2010, dite loi d'engagement national pour l'environnement (loi ENE), et le décret du 30 janvier 2012 « portant réglementation nationale de la publicité extérieure, des enseignes et des pré-enseignes » constituent les dernières étapes d'un long processus législatif visant à définir les règles du recours à l'affichage publicitaire en France. Processus qui s'inscrit directement dans un objectif de protection du cadre de vie, de l'environnement et du paysage, et qui correspond à l'attente de nos concitoyens quant à la réduction des espaces dédiés à la publicité dans les villes. Malgré cette évolution constante de la loi, de nombreuses associations soulignent sa non-application sur le territoire : l'association Paysages de France évoque ainsi le chiffre de 330 000 panneaux d'affichage implantés illégalement. Pire, un nouveau type d'affichage publicitaire par écrans vidéo se développe dans tout le pays sans encadrement, malgré son caractère intrusif et agressif. Au-delà de la question du cadre de vie, ces écrans vidéo sont aussi doublement anti-écologiques : ils sont polluants à fabriquer et consomment énormément d'énergie. Leur utilisation est donc en contradiction avec les objectifs fixés par la France dans le cadre de la COP21. Face à cette invasion de la publicité dans les vies quotidiennes, nos concitoyens, semblent ne pas pouvoir compter sur les pouvoirs publics : le rapport de mai 2017 de la Fondation pour la nature et l'Homme souligne que c'est avant tout les luttes des associations et des riverains qui permettent d'en limiter l'usage. Elle demande donc quelle est la position du Gouvernement sur la question du nombre et de la nature des affichages publicitaires en France et quelles dispositions il envisage de prendre pour lutter contre les panneaux illégaux et encadrer la prolifération des écrans vidéo publicitaires énergivores et désagréables pour les habitants des villes et les usagers des transports publics.

### Texte de la réponse

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi ENE) et ses décrets d'application ont réformé le droit applicable en matière d'affichage publicitaire afin d'améliorer la qualité du cadre de vie, de lutter contre les nuisances visuelles, de favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel et de participer aux efforts d'économie d'énergie, tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie et le bon exercice de l'activité des opérateurs économiques du secteur de la publicité extérieure. Dans ce cadre, les nouvelles dispositions relatives à l'affichage publicitaire contenues dans le code de l'environnement, encadrent notamment les conditions d'implantation, les caractéristiques des dispositifs (formats,

hauteurs...), les conditions d'extinction pour ce qui concerne la publicité lumineuse. La compétence en matière de police de publicité est exercée par le maire au nom de la commune lorsque le territoire communal est couvert par un règlement local de publicité (RLP) et par le préfet en l'absence d'un tel règlement. Les services de l'État sont particulièrement attentifs aux infractions commises en matière de publicité extérieure et mènent de nombreuses actions de contrôles et de sanctions (mise en demeure de faire cesser l'infraction, recouvrement d'une astreinte...). En amont d'une telle mise en demeure, ils recourent souvent à une procédure amiable qui suffit dans la très grande majorité des cas à faire régulariser ou à faire démonter l'installation illégale par le contrevenant. Pour ce qui concerne les écrans vidéo, ils constituent des publicités numériques et leur installation est strictement encadrée par les dispositions du code de l'environnement. Le législateur a décidé de les soumettre à demande d'autorisation préalable afin que l'autorité compétente en matière de police puisse veiller à ce qu'ils respectent les règles de formats, d'implantation et de luminosité qui leur sont propres. Le dossier doit ainsi comporter l'analyse du cycle de vie du dispositif, sa visibilité depuis la voie publique la plus proche ainsi que l'indication des valeurs moyennes et maximales de luminance. Par ailleurs, l'autorisation est délivrée pour une durée limitée de 8 ans, en tenant compte notamment du cadre de vie environnant et de la nécessité de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement