

## 15ème législature

<b>Question N° :</b> <b>13997</b>	De <b>Mme Nicole Trisse</b> ( La République en Marche - Moselle )	<b>Question écrite</b>
<b>Ministère interrogé</b> > Transition écologique et solidaire (Mme Wargon, SE auprès du ministre d'État)		<b>Ministère attributaire</b> > Transition écologique et solidaire (Mme Wargon, SE auprès du ministre d'État)
<b>Rubrique</b> > publicité	<b>Tête d'analyse</b> > Publicité locale	<b>Analyse</b> > Publicité locale.
Question publiée au JO le : <b>06/11/2018</b> Réponse publiée au JO le : <b>26/02/2019</b> page : <b>1967</b>		

### Texte de la question

Mme Nicole Trisse attire l'attention de Mme la secrétaire d'État auprès du ministre d'État, ministre de la transition écologique et solidaire, sur les difficultés rencontrées par les hôteliers de plein air et les restaurateurs exerçant leurs activités en milieu rural. La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et son décret d'application du 30 janvier 2012 relatif à l'affichage publicitaire ont grandement modifié la réglementation qui était en vigueur jusque-là. En plus de la suppression de la dérogation qui pouvait être accordée, hors agglomération, aux dispositifs signalant des activités utiles aux personnes en déplacement, l'interdiction de supports d'informations scellés au sol et à la limitation à quatre mètres carrés des publicités murales ont été étendues aux communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. De plus, les compétences d'instruction et de police de la publicité sont depuis exercées par le préfet, sauf dans les communes dotées d'un règlement local de publicité extérieur (RLP) où elles sont exercées par le maire de la commune. Les restaurateurs et hôteliers de plein air exerçant leur activité dans des zones rurales ou près d'espaces protégés se retrouvent, du fait de cette nouvelle législation, privés de publicité et d'information primordiale pour promouvoir leur activité. En effet, même si la commune sur laquelle est implantée l'activité décide de mettre en place un règlement local de publicité, les restaurateurs et hôteliers opérant leurs activités en zones rurales se voient toujours privés de publicité scellée au sol. Or, dans les zones rurales, il est crucial pour les hôteliers et restaurateurs de pouvoir disposer de publicité scellée au sol permettant aux touristes et potentiels clients de repérer leurs activités. Bien que judicieuse pour la protection de l'environnement, cette nouvelle réglementation met à mal l'activité économique et les nombreux emplois qui en découlent dans les zones rurales. Les hôteliers de plein air et les restaurateurs se sentent abandonnés et sans solution, ils déplorent l'impact économique négatif que cette réglementation a sur leur activité. Par conséquent, elle lui demande de bien vouloir lui indiquer quelles mesures le Gouvernement entend prendre pour soutenir et sauvegarder l'activité hôtelière de plein air et de restauration dans les zones rurales hors agglomération.

### Texte de la réponse

S'agissant des préenseignes dérogatoires, le Gouvernement a bien pris la mesure de l'impact du changement de réglementation sur les différentes activités ne pouvant plus bénéficier de ces dispositifs depuis le 13 juillet 2015. Cette question a été débattue et votée conforme par les deux chambres parlementaires en juillet 2018 dans le cadre du projet de loi portant évolution du logement, de l'aménagement et du numérique (Elan). Le Parlement a réservé aux seuls restaurants la réintroduction de la possibilité de se signaler hors agglomération par des préenseignes dérogatoires. La signalisation des autres activités en milieu rural, notamment des hôtels de plein air, doit continuer



à passer par le biais d'une signalisation d'information locale (SIL), sur le domaine public routier. Le ministère de la transition écologique et solidaire et le ministère de l'intérieur étudient comment améliorer cette signalisation pour en augmenter la visibilité et tenir compte des besoins exprimés par les professionnels et des enjeux du tourisme. Il convient de souligner que la loi portant engagement national pour l'environnement (ENE) a étendu des préenseignes dérogatoires dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, où toute autre forme de publicité scellée au sol ou posée au sol est interdite ; celles-ci avaient aussi pour objectif la préservation de la qualité du cadre de vie et des paysages. Enfin, concernant la limitation à 4 m<sup>2</sup> des dispositifs muraux dans ces mêmes agglomérations, il est précisé que la surface et la hauteur maximum des publicités sont liées au nombre d'habitants de l'agglomération.