

15ème législature

Question N° : 6425	De M. Philippe Latombe (Mouvement Démocrate et apparentés - Vendée)	Question écrite
Ministère interrogé > Transition écologique et solidaire		Ministère attributaire > Transition écologique et solidaire
Rubrique > publicité	Tête d'analyse > Réglementation panneaux publicitaires	Analyse > Réglementation panneaux publicitaires.
Question publiée au JO le : 13/03/2018 Réponse publiée au JO le : 14/08/2018 page : 7467 Date de signalement : 15/05/2018		

Texte de la question

M. Philippe Latombe interroge M. le ministre d'État, ministre de la transition écologique et solidaire, sur un arrêt du Conseil d'État en date du 20 octobre 2016, concernant la réglementation des panneaux publicitaires numériques, et plus particulièrement celle concernant les règles de calcul des surfaces d'affichage. Le secteur de la publicité numérique bénéficie d'une réglementation depuis le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012. En ce qui concerne le format, l'article L 581-3 indique que « la publicité lumineuse apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 m² ». Or la décision n° 395494 que le Conseil d'État a rendu est la suivante « (...), pour calculer la surface unitaire, il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau litigieux tout entier ». En l'espèce, cela signifie que le Conseil d'État considère comme surface publicitaire, la surface totale du panneau en y incluant toute la partie mobilier. Cette décision, qui, initialement n'a été rendue que pour les seuls dispositifs lumineux, devrait s'appliquer à l'ensemble des panneaux publicitaires installés sur le territoire français. Par conséquent les panneaux d'affichage dits « classiques », (4x3 par exemple) seraient également concernés. Et donc, leur surface totale, mobilier compris, ne devrait pas excéder 12 m². Cette décision relative au mode de calcul de la surface unitaire d'une publicité (qui correspond à l'ensemble du panneau dont l'objet est de recevoir la publicité) a été confirmée par le Conseil d'État dans son arrêt rendu le 8 novembre 2017. Dans ces conditions et compte tenu du fait, comme évoqué ci-dessus, qu'aujourd'hui, aucun panneau publicitaire « classique » n'a une surface inférieure à 12 m² et qu'aucun panneau publicitaire lumineux n'a une surface inférieure à 8 m², l'ensemble du parc se retrouve dans une situation d'illégalité. Les conséquences pour les très nombreuses entreprises du secteur sont, dès lors, désastreuses. Aussi, il lui demande comment il envisage l'avenir du secteur et si cette décision du Conseil d'État faisait jurisprudence et donc avait vocation à s'appliquer sur l'ensemble du territoire national.

Texte de la réponse

Le Conseil d'État a tranché la question des modalités de calcul du format des panneaux publicitaires dans son arrêt du 20 octobre 2016 no 395494, confirmé par arrêt du 8 novembre 2017 no 408801, en considérant que, pour calculer la surface unitaire d'un dispositif publicitaire, « il convient de prendre en compte, non la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau litigieux tout entier ». En l'espèce, le Conseil d'État



statuait à propos d'une publicité lumineuse, mais son analyse, principalement fondée sur la définition même de la publicité telle qu'elle résulte de l'article L. 581-3 du code de l'environnement, s'applique par analogie à tout dispositif publicitaire, qu'il soit lumineux ou non. En effet, les dispositions de l'article L. 581-3 définissent la notion de publicité en précisant que les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images sont assimilés à des publicités. Ainsi, selon la haute juridiction administrative, une publicité n'est pas seulement constituée de l'affiche mais comprend également les encadrements ou moulures et sa surface unitaire correspond à la surface du panneau tout entier. En outre, dans son arrêt du 8 novembre 2017 précité, le Conseil d'État a considéré qu'en limitant à 8 m², support inclus, la surface unitaire de la publicité lumineuse, notamment numérique, le décret du 30 janvier 2012 n'a pas porté une atteinte excessive à la liberté du commerce et de l'industrie au regard de l'objectif de protection du cadre de vie auquel répondent ces dispositions. L'analyse du juge administratif dans les deux décisions précitées confirme la position qu'il avait déjà adoptée pour l'application des dispositions de la loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes, dont les dispositions de l'article 3 sont aujourd'hui codifiées en l'état, à l'article L. 581-3 du code de l'environnement. Il avait en effet jugé que la Cour administrative d'appel n'avait pas commis d'erreur en retenant « eu égard aux objectifs esthétiques de cette réglementation, non la surface de l'affiche apposée sur le dispositif, mais celle du panneau litigieux tout entier » (CE « SOPREMO » du 6 octobre 1999 no 169570). Par conséquent, les décisions du Conseil d'État relatives à cette notion de « dispositif » font aujourd'hui jurisprudence et s'appliquent effectivement sur l'ensemble du territoire national. En revanche, les éléments accessoires tels que par exemple les pieds ou supports ne rentrent pas a priori dans le calcul de la surface unitaire, dès lors que leur principal objet est de soutenir celui-ci. Cette analyse est donc à faire au cas par cas et reste en tout état de cause soumise à l'appréciation souveraine des juges du fond. Un travail avec les professionnels vient de débiter pour examiner la façon dont il convient de tenir compte de ces jurisprudences.