



agir pour les paysages

Communiqué de presse

Lundi 6 février 2012

Décret sur les panneaux publicitaires : les afficheurs sont les grands gagnants !

Le décret qui modifie la réglementation de l'affichage publicitaire, en application de la loi « Grenelle II », vient d'être publié. Au lieu d'améliorer la situation qui est celle des entrées de villes, le décret ouvre la porte à une aggravation de la pollution visuelle.

Un décret élaboré en catimini

La consultation publique, qui avait mobilisé sept mille citoyens et associations en grande majorité favorable à une meilleure protection des paysages, s'est terminée en mars 2011. Ce n'est pourtant que le 31 janvier 2012 que le décret a été publié au journal officiel. En effet, pendant ce long délai de dix mois, le décret a été profondément remanié pour tenir compte des doléances des sociétés d'affichage publicitaire. Selon le *Canard enchaîné* du 1^{er} juin 2011, c'est d'ailleurs l'afficheur JCDecaux qui a « littéralement tenu le stylo » du ministère de l'Écologie ! France Nature Environnement et Agir pour les paysages n'ont pas été tenues informées.

Ceci au moment même où France Nature Environnement vient, dans le cadre de « l'Appel des 3 000 », de demander qu'un nouvel élan soit donné à la démocratie par le biais notamment d'un véritable dialogue environnemental. Pour Raymond Léost, secrétaire national de France Nature Environnement : « *Le décret sur l'affichage publicitaire, finalement rédigé avec les seuls professionnels concernés, va directement à l'encontre du dialogue environnemental attendu par les citoyens.* »

Un tiers de chiffre d'affaires supplémentaire pour les afficheurs !

Alors que Nathalie Kosciusko-Morizet a déjà dénoncé « *l'effet dévastateur sur le paysage de la prolifération des panneaux publicitaires* » et que Frédéric Mitterrand s'insurgeait récemment contre « *les abords de ville dénaturés et bardés d'enseignes et de constructions sans ambition esthétique* », ce décret ne devrait apporter aucune amélioration.

Les panneaux publicitaires de grand format scellés au sol sont ainsi conservés, tandis que de nouvelles possibilités d'implantation sont offertes aux sociétés d'affichage publicitaire. Tel est le cas des bâches publicitaires qui pourront recouvrir intégralement les immeubles, mais aussi les écrans vidéo, source de pollution visuelle, de nuisances lumineuses et de gaspillage énergétique, qui pourront



a g i r pour les paysages

atteindre pas moins de 50 m². De ce même ministère de l'Écologie, le taux de dispositifs devant être démontés sera « *très faible* », tandis que les nouvelles possibilités offertes aux afficheurs leur permettront de réaliser jusqu'à 30 % de chiffre d'affaires supplémentaire ! Enfin, les rares mesures protectrices du paysage entreront en vigueur au mieux que le 1^{er} juillet 2014.

Pour Cyril Ronfort, président d'Agir pour les paysages : « *À l'heure où 4 Français sur 5 jugent la publicité envahissante, le gouvernement a pris le parti d'aggraver la pollution visuelle au lieu de l'endiguer.* »

France Nature Environnement et Agir pour les paysages étudient à présent l'opportunité de déposer un recours contre le nouveau décret.