

Loi Croissance - Décret Publicité
CONSULTATION PUBLIQUE
– Explication des mesures –**Contexte de la prise du décret :**

Les articles L.581-7 et L.581-10 du code de l'environnement (issus de la loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques) prévoient des dispositions spécifiques pour les dispositifs publicitaires implantés sur l'emprise des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises. Ainsi un décret en Conseil d'État doit définir les conditions de dérogation en matière d'emplacement, de surface et de hauteur pour les dispositifs situés en agglomération, et l'ensemble des prescriptions applicables aux dispositifs situés hors agglomération.

Ces nouvelles dispositions ont notamment été adoptées en vue de l'organisation du championnat d'Europe des nations de football « Euro 2016 » par la France en juin 2016. Elles sont effectives de manière permanente, leur but étant de dégager des financements pour les propriétaires de ce type d'équipement, notamment les collectivités locales.

Par ailleurs, 5 ans après la profonde réforme de la réglementation de la publicité (issue de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement), certains ajustements du dispositif réglementaire sont apportés, dans un contexte de recherche de leviers favorables à la relance de l'économie. Il s'agit de mesures visant à simplifier, clarifier et rendre plus efficaces certains points de la réglementation pour une meilleure appropriation par les acteurs.

*

L'article 1 est pris pour l'application de la loi n° 2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques. Il fixe le régime dérogatoire, prévu par la loi, dont bénéficient les dispositifs publicitaires sur l'emprise des équipements sportifs d'une capacité d'au moins 15 000 places assises. Ce régime dérogatoire concerne les équipements sportifs situés en agglomération et hors agglomération. 53 stades sont concernés (cf. annexe 1 – Liste des stades).

Les mesures portent sur les conditions d'implantation, de formats et de hauteur des dispositifs sur l'emprise de ces équipements. Au regard des événements organisés dans ces équipements et de l'affluence qu'ils génèrent, des dispositifs de grand format (50 m²) sont autorisés comme cela est le cas pour les aéroports. Aussi, le régime prévu pour les publicités sur l'emprise des équipements sportifs s'apparente à celui prévu pour les dispositifs sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires. Il s'en distingue notamment du fait qu'il n'y pas de distinction faite entre les équipements sportifs situés en agglomération de ceux situés hors agglomération, ainsi qu'entre les publicités non lumineuses et lumineuses.

*

L'article 2 prévoit la possibilité d'installer des dispositifs scellés au sol dans certaines agglomérations de moins de 10 000 habitants lorsque les spécificités locales communales peuvent le justifier.

Les mesures applicables aux dispositifs de publicités, de préenseignes et d'enseignes sont notamment conditionnées par le nombre d'habitants de l'agglomération dans laquelle ces dispositifs sont implantés, ainsi que par le nombre d'habitants de l'unité urbaine à laquelle l'agglomération appartient. Actuellement, les dispositifs publicitaires non lumineux, scellés au sol ou installés sur le sol ne peuvent être installés dans une agglomération de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

Dans un contexte de périurbanisation, le développement commercial se traduit parfois par l'installation de zones commerciales dans des agglomérations inférieures à 10 000 habitants situées sur le territoire de communes limitrophes d'une « ville centre » comptant une population de plus de 10 000 habitants. Or, dans ces agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de moins de 100 000 habitants, les dispositifs publicitaires scellés au sol sont actuellement interdits.

Les spécificités locales (telles que l'existence d'une zone commerciale) pouvant parfois justifier l'installation de dispositifs publicitaires de cette nature, la mesure prévoit qu'un règlement local de publicité (RLP) peut prévoir des dispositions spécifiques pour ces dispositifs dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine comprenant au moins une agglomération communale dont la population totale, au sens de l'INSEE, est supérieure à 10 000 habitants.

1532 communes, dont 1175 communes de moins de 10 000 habitants, font partie d'unités urbaine dont la population est supérieure à 10 000 habitants et inférieure à 100 000 habitants (cf. annexe 2 – Liste des communes concernées).

*

L'article 3 simplifie la réglementation en introduisant la notion d'éblouissement des dispositifs lumineux en remplacement de normes techniques initialement prévues mais non définies du fait de l'impossibilité de fixer des seuils et de définir un protocole de mesure fiable par arrêté ministériel.

En effet, le décret du 30 janvier 2012 renvoie à un arrêté ministériel le soin d'édicter un certain nombre de normes techniques notamment en termes de luminance maximale à respecter (exprimés en candélas par m²), d'efficacité lumineuse des sources (exprimée en lumens par watt) pour les dispositifs numériques. Bien que des études aient été réalisées depuis 2012 sur le sujet, il s'avère qu'aucun protocole de contrôle fiable et reproductible suffisamment satisfaisant pour être rendu opposable à des tiers n'est envisagé à ce jour. Pour autant, le renseignement de ces informations est exigé dans le cadre des demandes d'autorisation d'installer des dispositifs numériques. De plus, le fait que ces éléments ne peuvent être mesurés qu'une fois les dispositifs fabriqués et installés aboutit à des situations engendrant des difficultés de gestion et une forme d'insécurité juridique pour l'ensemble des acteurs.

La 9e proposition du rapport de la mission de lutte contre l'inflation normative Boulard Lambert suggérerait de supprimer le renvoi à cet arrêté.

En juin 2015, le Gouvernement a annoncé, parmi les mesures de simplification pour les entreprises, une mesure (n°40 - Simplifier la réglementation relative à la publicité lumineuse) intégrant la « notion d'éblouissement » appréciée a posteriori par l'autorité compétente se substituant à l'arrêté ministériel prévu actuellement.

*

L'article 4 clarifie les surfaces des dispositifs publicitaires à prendre en compte pour l'application des prescriptions de format prévues dans la réglementation. Il prévoit également une limite de taille applicable aux encadrements des dispositifs pour lesquels les règles de format s'appliquent à la surface utile.

Les règles de formats ont de manière usuelle, depuis 1979, été appliquées par les professionnels de l'affichage publicitaire comme « hors tout », c'est-à-dire en appréciant la format de l'affiche hors encadrement (hors moulures). Compte tenu des pratiques observées dans ce secteur, et de l'état actuel de l'ensemble du parc de dispositifs traditionnels (dispositifs non lumineux) qui respecte les

prescriptions de format de la réglementation « entendus » hors encadrement, une application stricte des règles de format incluant la surface de l'encadrement des dispositifs ne serait pas supportable au regard des conséquences économiques pour ce secteur. Par souci de simplification, la même règle est proposée pour les dispositifs lumineux (notamment les dispositifs numériques).

*

L'article 5 corrige une erreur rédactionnelle dans le code de l'environnement qui a conduit à l'interdiction de la publicité non lumineuse sur mobilier urbain dans certaines agglomérations.

En effet, l'omission d'une référence dans un article du décret du 30 janvier 2012 a conduit à une interdiction générale de la publicité sur le mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (autorisation existant avant la réforme et non remise en cause par cette dernière).

L'article 5 prévoit également que la publicité numérique sur mobilier urbain puisse être installée dans les mêmes agglomérations que celles où la publicité numérique est autorisée.

Actuellement, le recours à la technologie numérique est autorisé sur les dispositifs publicitaires standards dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, alors qu'il ne l'est pas pour le mobilier urbain (dans ces mêmes agglomérations). L'objet de la mesure est donc d'aligner les règles applicables à la publicité numérique sur mobilier urbain à celles applicables à la publicité numérique, de façon à l'autoriser également dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants,

*

L'article 6 procède à un ajustement technique de la règle fixant la surface autorisée pour les enseignes installées sur une façade commerciale de façon à rendre cohérent le rapport entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale sur laquelle elle est installée.

La règle telle que rédigée actuellement prévoit que le format maximal autorisé pour une enseigne sur façade commerciale se calcule en proportion de la surface de la façade. Or, cette proportion est différente selon que la façade fait plus ou moins de 50m². La règle est incohérente dans la mesure où elle ne prend pas en compte une logique de progressivité. En effet, la disposition actuelle conduit, à titre d'exemple, à ce que soient autorisées sur des façades de 49m² des enseignes dont le format est plus important que celui autorisé pour des enseignes sur des façades de 80m².

*

L'article 7 prévoit l'entrée en vigueur de l'ensemble des dispositions au 1er mars 2016. Un délai de deux ans est prévu pour la mise en conformité des publicités non conformes.

La date du 1er mars permet de rendre effectif le régime dérogatoire de la publicité installée dans l'emprise des équipements sportifs, au regard de l'échéance liée à l'organisation de l'Euro 2016 par la France. Les dispositions, notamment celles de l'article 4, basées sur les pratiques usuelles des professionnels du secteur entraîneront peu de situations de mise en conformité de dispositifs. Le délai de 2 ans est envisagé afin d'anticiper les situations de mise en conformité.

Tel est l'objet du décret mis à la consultation.

