

**PARTICIPATION DU PUBLIC ORGANISEE DU 1^{er} DECEMBRE 2021 AU 22 DECEMBRE 2021 SUR
LE PROJET DE DÉCRET PORTANT SUR LA MODIFICATION DE CERTAINES DISPOSITIONS DU
CODE DE L'ENVIRONNEMENT RELATIVES A LA SURFACE DES PUBLICITES ET DES ENSEIGNES
ET AUX REGLES D'EXTINCTION DES PUBLICITES ET ENSEIGNES LUMINEUSES**

**Décret portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement
relatives à la surface des publicités et des enseignes**

(TREL2225112D)

MOTIFS DE LA DECISION

La Convention citoyenne pour le climat a mis en exergue la nécessité d'accentuer la régulation de la publicité pour limiter fortement les incitations quotidiennes et non choisies à la consommation en proposant notamment deux mesures en matière de publicité extérieure : interdire les panneaux publicitaires dans les espaces publics extérieurs et interdire la publicité numérique dans l'espace public, les transports en commun et dans les points de vente.

Le comité légistique de la Convention ayant estimé qu'une telle interdiction générale et absolue serait contraire à la Constitution, le Gouvernement a élaboré des mesures alternatives à ces propositions. Les mesures alternatives de niveau législatif ont été introduites dans la loi dite Climat et Résilience du 22 août 2021. Celles de nature réglementaire font l'objet de deux projets de décret, l'un relatif aux règles d'extinction nocturne qui a été publié le 6 octobre 2022 (NOR : TREL2131630D) l'autre, ici présenté, relatif aux formats des publicités et des enseignes.

Ce projet de décret clarifie tout d'abord les modalités de calcul de la surface unitaire des publicités afin de lever toute ambiguïté d'interprétation du droit, en intégrant dans le code de l'environnement la jurisprudence « Oxial » de 2016 du Conseil d'État. Il applique également ces modalités aux enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, qui s'apparentent à des panneaux publicitaires et prévoit des modalités spécifiques pour la publicité apposée sur le mobilier urbain dont la surface correspond uniquement à l'affiche ou à l'écran.

Par ailleurs, il réduit à 10,50 m² la surface unitaire maximale des publicités ainsi que celle des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, lorsque ces surfaces étaient précédemment fixées à 12 m², tout en accordant aux professionnels un délai maximal de quatre ans pour mettre en conformité les dispositifs préexistants ne respectant pas cette nouvelle surface.

Enfin, il relève à 4,7 m² la surface unitaire maximale des publicités murales non lumineuses dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (actuellement limitée à 4m²).

Une grande majorité des contributions, bien que reconnaissant certaines avancées, considère que ce projet de décret manque d'ambition et se positionne en sa défaveur.

Toutefois, ce projet apporte une clarification importante sur les modalités de calcul de la surface unitaire des publicités et des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.

Par ailleurs, en réduisant de 12 m² à 10,5 m² la surface unitaire maximale de certaines publicités et enseignes, il entend mieux protéger le cadre de vie en diminuant la surface autorisée des plus grands panneaux. Enfin, le léger relèvement de 0,70 m² de la surface unitaire maximale des publicités murales non lumineuses dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants évite aux professionnels de devoir remplacer leurs panneaux existants. L'impact pour le cadre de vie de ces publicités de moindre taille est en effet moins prégnant du fait de leur adossement à une surface pleine.