

Le Gouvernement prévoit d'assouplir les règles applicables à l'affichage publicitaire

Le ministère de l'Écologie soumet à [la consultation](#) du public jusqu'au 9 février prochain un [projet de décret](#) relatif à la publicité extérieure, dont l'entrée en vigueur est prévue au 1^{er} mars 2016. Un texte pris en application de la [loi Macron adoptée l'été dernier](#), qui autorise l'implantation de publicités géantes dans [les stades de plus de 15.000 places](#) en vue de l'Euro 2016.

"Aujourd'hui cantonnées aux six plus gros aéroports français, des télévisions géantes de 50 m² pourraient désormais être installées sur les parkings et voies d'accès de dizaines de stades. Or, ces dispositifs ne sont pas seulement facteurs de troubles de voisinage et dangereux pour les automobilistes. Ils sont également fortement consommateurs d'électricité", dénoncent France Nature Environnement ([FNE](#)) et Agir pour les paysages dans un communiqué commun.

Leviers favorables à la relance de l'économie

Mais au delà de la publicité dans les stades, le texte revient, *"dans un contexte de recherche de leviers favorables à la relance de l'économie"*, sur la réforme de la publicité prévue par la loi Grenelle 2. Une remise en cause dénoncée également par les deux ONG, la mise en œuvre réglementaire du Grenelle avait déjà fait [l'objet de nombreuses critiques](#) en son temps.

Une disposition prévoit ainsi la possibilité d'installer des dispositifs scellés au sol dans certaines agglomérations de moins de 10.000 habitants lorsque les spécificités locales peuvent le justifier. Le texte corrige également *"une erreur rédactionnelle"* dans le code de l'environnement qui avait conduit à l'interdiction de la publicité non lumineuse sur mobilier urbain dans certaines agglomérations, indique le ministère.

Le projet de décret prévoit aussi d'assouplir les règles applicables au format des publicités. *"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"*, justifie le ministère de l'Écologie.

Le texte envisage enfin de remplacer les normes techniques relatives à la luminance des publicités lumineuses par la notion d'"éblouissement", appréciée *a posteriori* par l'autorité compétente en matière de police de la publicité. Une mesure qui avait été préconisée par le rapport Lambert Boulard de mars 2013 sur la [simplification des normes](#).

[Laurent Radisson, journaliste](#)

1 réaction à cet article

Dans ce dossier, les remarques et propositions des associations ont été balayées d'un revers de main. Par contre les desiderata des publicitaires ont été scrupuleusement retranscrites dans ce projet de décret.

Contrairement aux discours officiels, la "démocratie participative" et un concept abstrait auprès de certaines personnes œuvrant en coulisse au ministère.

Ce décret s'il est signé en l'état va entre autres accentuer la laideur de nos entrées de villes.

De plus, et totalement hors de propos, ce projet vise à légitimer sur tout le territoire des publicités "énergivores" en totale contradiction avec les engagements de la COP21 !

Mais oui, il fallait bien remercier JC Decaux un des principaux partenaires officiel de cette grande manifestation médiatique.

raslapub | Aujourd'hui à 13h54