

Lundi 29 mars 2021

## Projet de loi climat : de vives critiques contre le « harcèlement visuel » des publicités

*Très contesté, l'article 6 veut transférer les compétences de l'État aux mairies pour réglementer ces panneaux*

**STÉPHANE KOVACS**

**ENVIRONNEMENT** Nantes, Paris, Rennes, Lille, Lyon, Bordeaux... Des milliers de personnes ont manifesté dimanche dans plusieurs villes de France pour dénoncer le projet de loi climat et résilience issu de la Convention citoyenne pour le climat (CCC) et perçu comme un « saccage » des propositions initiales - alors que les députés s'apprêtent à l'examiner ce lundi.

L'article 6 est particulièrement décrié. Plusieurs associations de protection des paysages, ainsi que la Fédération des parcs naturels régionaux, alertent sur cette disposition qui vise à dessaisir le préfet de son pouvoir de police de la publicité pour le donner aux maires.

À Alès, dans le Gard, beaucoup se désespèrent de cette pollution visuelle. Les panneaux publicitaires ont envahi les bords de la rocade : immenses et bariolés, ils se succèdent et se chevauchent, vantant des machines à laver, une banque ou un concessionnaire automobile. Pour avoir su « exploiter une belle perspective qui laissait un peu trop de place aux espaces verts », ironise l'association **Paysages de France**, la ville d'Alès a reçu, fin 2020, le « prix du fleurissement publicitaire ». Une récompense satirique pour alerter sur « l'anarchie publicitaire régnant dans certaines communes ».

« Il y a longtemps, c'était des champs, regrette François Pagès, habitant d'Alès. Le contraste est frappant entre le moment où on quitte la nationale - où la pub est interdite - et l'entrée dans l'agglomération. Sur mon trajet, j'ai remarqué des publicités périmées – pour des établissements qui n'existent plus -, d'autres apposées n'importe comment. Cela m'a suffisamment choqué pour que je fasse des relevés d'infractions et que je les envoie à **Paysages de France**. »

### « Prix de la France moche »

Autre lauréat des quatre « prix de la France moche » : Aubenas, en Ardèche. Là, ce n'est pas le foisonnement de pancartes qui a attiré l'attention, mais surtout leur emplacement : juste devant le château du XII<sup>e</sup> siècle. L'association salue le contraste entre le monument historique qui « donne un air vieillot » et les « nombreux dispositifs colorés » qui « apportent une touche de modernité »...

Dans les mairies concernées, on n'a pas beaucoup ri. « Bien avant ce "prix", on avait voté un règlement local de publicité, plus contraignant que le national, rétorque Christophe Rivenq, premier adjoint au maire et président d'Alès Agglomération. L'État ayant bien d'autres priorités, on s'est rendu compte que ce n'était pas plus mal que le maire reprenne la main. On a déjà fait éteindre les panneaux lumineux la nuit. D'ici à

septembre, 30 % à 40 % des pancartes seront supprimées - on a pris du retard avec le Covid, mais ce n'était pas le moment d'embêter les commerces.

Il faut aussi savoir faire preuve d'humanité : plus de 90 % des panneaux sont plantés sur des terrains privés, loués par des agriculteurs pour arrondir leur retraite... »

*Des panoramas parsemés d'enseignes publicitaires, des entrées de ville défigurées, des voies commerçantes balafrées... C'est malheureusement devenu commun, assure **Paysages de France**, qui parle de « harcèlement visuel ».*



*Des panoramas parsemés d'enseignes publicitaires, des entrées de ville défigurées, des voies commerçantes balafrées : plus d'un panneau sur deux n'est pas conforme à la réglementation. LAURENT THEVENOT/PHOTOPQR/LE PROGRES/MAXPP*

« Il y a 54 % d'infractions dans notre pays : plus d'un panneau sur deux n'est pas conforme à la réglementation, indique **Pierre-Jean Delahousse, porte-parole de l'association**. Mais ça va encore augmenter si cet article (6 du projet de loi sur le climat, NDLR) machiavélique passe ! » Actuellement, « la compétence en matière de réglementation et de police de la publicité est partagée entre les préfets et les collectivités, uniquement lorsque celles-ci se sont dotées d'un règlement local de publicité, explique l'association Sites & Monuments.

Nous sommes fondamentalement opposés à cette mesure (qui transfère le pouvoir du préfet au maire en la matière, NDLR) qui provoquerait un désengagement de l'État de tout un pan de la politique nationale du paysage. D'une part, les petites communes ne sont pas armées pour assurer cette nouvelle responsabilité, alors que les dotations d'État sont réduites, tandis que les collectivités plus importantes sont souvent les auteurs des principales infractions, notamment à l'occasion de grands événements sportifs ou festifs financés par la publicité ».

## De fortes réserves

Pour les maires, la situation pourrait aussi s'avérer inconfortable, arguent les associations : « Ils auront face à eux des afficheurs qui ne manqueront pas de leur mettre des bâtons dans les roues, pointe **Pierre-Jean Delahousse**. Et un élu ne va pas aller se fâcher avec le gérant de la supérette du coin ! Et s'il s'agit d'un axe qui traverse par exemple 17 communes, au lieu de nous adresser au préfet, nous, associations, allons devoir faire 17 courriers ? Avec 17 relances ? Puis 17 procès ? »

L'Association des maires de France (AMF) elle-même a émis de fortes réserves sur cet article.

Quant au Conseil d'État, dans son avis du 4 février 2021, il le juge « au rebours de l'objectif même du projet de loi, qui vise à renforcer la protection du cadre de vie ». ■