

# Hauts-de-Seine : ces nouveaux panneaux numériques qui font débat

>[Île-de-France & Oise](#)>[Hauts-de-Seine](#)|Estelle Dautry|10 avril 2019, 17h21|MAJ : 10 avril 2019, 18h44|0



*Les nouveaux panneaux numériques du département en cours d'installation par JCDecaux. Ici à Asnières-sur-Seine à la sortie de la gare Asnières-Gennevilliers Les Courtilles en avril 2019 LP/E.D.*

**Commandés par le conseil départemental, 72 panneaux numériques seront installés d'ici cet été par l'opérateur JCDecaux. Des panneaux plus réactifs mais aussi consommateurs d'énergie...**

Le département des Hauts-de-Seine a confié à JCDecaux l'installation et l'exploitation de 108 panneaux dont 72 numériques. Un marché signé pour 15 ans. Les panneaux numériques seront installés dans 34 des 36 communes du 92.

Des écrans de même type avaient été retoqués [fin 2017 par la ville de Paris](#). En effet, le règlement local de publicité de la capitale les interdit. Il en va de même pour la ville de Grenoble.

Dans les Hauts-de-Seine, aucun règlement local de publicité ne s'y oppose. Sauf à Vaucresson et Marnes-la-Coquette, commune de moins de 10 000 habitants, où la loi ne le permet pas. Antony, Bagneux, Bourg-la-Reine, Asnières-sur-Seine, Colombes, Levallois... L'installation a déjà commencé, avec un modèle unique en fonte, acier et verre, dessiné par un architecte brésilien. Et qui ne manque pas de faire débat, entre les tenants de la modernité et ceux qui dénoncent la pollution visuelle engendrée...

**POUR : Charles Chemama, directeur adjoint des mobilités du département**



DR.

**Pourquoi avoir choisi des panneaux numériques ?**

Notre idée c'était de moderniser la communication institutionnelle du département et de la rendre plus innovante, c'est pour ça les écrans numériques se sont imposés. Les panneaux classiques sont nettement moins réactifs, il y a un délai incompressible de 15 jours pour les modifier. De même, le temps d'affichage diffère : une semaine minimum pour de l'affichage classique, 3 heures seulement si on le souhaite pour de l'affichage numérique. Évidemment, on s'est intéressé à ce qu'il s'est passé à Paris. Le département

lui-même n'a pas de règlement local de publicité, alors il a fallu que nous analysions les 34 règlements locaux de publicité des communes. Certains prévoient des zones, souvent le centre-ville, où les panneaux publicitaires sont exclus.

### **Le choix des lieux d'installation a-t-il posé problème ?**

Il y a eu beaucoup de discussions avec les villes sur le positionnement des installations et quelques questions techniques. Nous nous y sommes repris à 5 ou 6 fois. À ce jour, 21 panneaux numériques ont été posés et un seul a posé problème : à Sceaux, où un riverain s'est plaint qu'il éclairait totalement son salon. Effectivement, il y avait quasiment une deuxième télé devant chez lui, par conséquent l'écran a été tourné pour être plus orienté vers la route.

### **Les questions environnementales ont-elles été prises en compte ?**

Nous nous sommes posé la question de la consommation d'énergie. Même si la LCD consomme peu, on a été très regardant sur la qualité technique. Il y a une rationalisation des capteurs pour que la luminosité s'adapte à l'ambiance. Comme ce sont des appareils qui peuvent chauffer, il y a également une ventilation qui se met en route uniquement lorsque c'est nécessaire. Et nous avons fait le choix d'éteindre ces panneaux la nuit, entre 1 heure et 6 heures du matin. D'une part pour lutter contre la pollution lumineuse et d'autre part parce qu'il n'y a pas d'intérêt à communiquer la nuit. Tout ça coûte zéro euros au département. L'ensemble installation, entretien, exploitation est à la charge de l'opérateur JCDecaux. Le département percevra 5 % des recettes publicitaires chaque année. Ce qui représentera 100 000 € en année pleine.

## **CONTRE : Jean-Pierre Boudry, vice-président de l'association Paysages de France**



*LP/O.B.*

### **Les panneaux numériques sont-ils autorisés par toutes les villes du département ?**

Il y a de gros enjeux sur la révision des règlements locaux de publicité, qui sont en cours dans de nombreuses communes. Dans les anciens règlements, les panneaux lumineux sont autorisés et aujourd'hui les écrans numériques sont assimilés à du lumineux lorsqu'il n'y a pas eu de révision. C'est souvent la politique des publicitaires de développer le numérique. Les villes se laissent faire car elles y trouvent un intérêt financier, le numérique rapporte plus. Je pense que la première ville du département a en avoir installé, c'est Neuilly-sur-Seine, il y a deux ans.

### **Paris a pourtant refusé ce type de panneau...**

Paris et Grenoble ont fait des politiques bien plus restrictives. Il y a eu un fort travail des associations notamment. C'est très symbolique mais ce travail n'est pas fait partout. Sachant qu'il y a 1 600 règlements locaux de publicité en France, il faudrait qu'à chaque fois les habitants se mobilisent. Dans les Hauts-de-Seine, par exemple, [l'écran numérique de la Seine musicale a été dénoncé par les riverains](#) et la question d'une action juridique s'est posée. La Seine musicale a été obligée d'arrêter la publicité, qui était illégale. C'est considéré comme un écran d'information pour le public et comme c'est une enseigne sur une salle de spectacle, la taille n'est pas limitée... Alors il fait 700 m<sup>2</sup> ! C'est vraiment gênant en termes de pollution lumineuse pour les riverains.

### **Représentent-ils un danger pour les automobilistes ?**

Cette fois les nouveaux panneaux posés par JCDecaux sont sur pied, ils ne sont plus posés au sol. Ce qui me paraît encore plus dangereux pour les conducteurs car très perturbant. Plusieurs études ont montré une hausse des accidents, aux Etats-Unis notamment, liée à ce type de panneaux.

### **Ces panneaux ont tout de même une vocation informative...**

Oui, c'est un mobilier qui doit proposer 50 % d'information et 50 % de publicité. Avec les panneaux classiques, à deux faces, il y a un écran d'information et un écran publicitaire, c'est facile. Mais sur ces nouveaux écrans, il faudrait vérifier que le temps est bien respecté. C'est un système un peu pernicieux où la publicité se glisse entre les informations, c'est navrant. On ne peut qu'essayer de réduire les zones où les panneaux publicitaires sont autorisés et leurs surfaces.

## **EN CHIFFRES**

**108** nouveaux mobiliers déployés, 72 numériques qui présentent 50 % de publicité et 50 % d'information, et 36 classiques destinés uniquement à la communication du département.

**12 565 kW** par panneau et par an, c'est la consommation électrique pour ceux de taille équivalente proposés par JCDecaux à Paris en 2017.

**100 000 €** par an pour le département : les revenus estimés reversés par JCDecaux.

**86 pouces** : la taille de l'écran des nouveaux panneaux publicitaires du département.

**25 %** d'accidents en plus à proximité de panneaux numériques. Une statistique relevée par une étude de l'université d'Alabama de 2017, qui s'intéressait toutefois à des panneaux de grande taille.