

AGGLOMÉRATION DIJONNAISE ÉCONOMIE

Le nouveau règlement sonne-t-il la fin des panneaux publicitaires ?



■ Le nouveau règlement local de publicité intercommunal de Dijon Métropole fait l'objet d'une assignation devant le tribunal administratif de Dijon par l'Union de la publicité extérieure. Phot archives Nicolas DURDILLY

Fait rarissime en France, l'Union de la publicité extérieure (UPE), syndicat national des afficheurs, assigne le nouveau règlement local de publicité intercommunal de Dijon Métropole en justice.

« C'est dommage qu'on en arrive là car les solutions existent. Nous avons fait part de notre analyse à plusieurs reprises... » Voilà ce qu'affirme Stéphane Dottelonde, président de l'Union de la publicité extérieure (UPE), l'organisation représentative de la profession. Le syndicat national annonce avoir déposé, fin septembre, un recours devant le tribunal administratif de Dijon, à la suite de l'adoption par Dijon Métropole de son nouveau règlement local de publicité intercommunal (RLPi), une délibération entérinée lors de sa session du 28 juin (lire par ailleurs).

« Excessivement strict »
Ce nouveau règlement est jugé « excessivement strict » par les professionnels (*). « En général, ce règlement est un compromis entre la nécessité de protection de l'environnement, qui est bien légitime, et les objectifs de préservation du dynamisme économique et commercial local », commente Stéphane Dottelonde. « Or, le RLPi de

Dijon Métropole rompt l'équilibre : plus de 70 % du parc publicitaire existant dans l'agglomération de Dijon est impacté par ce nouveau règlement. C'est ce caractère excessivement restrictif qui est à l'origine de notre recours. » Une démarche que le président de l'instance nationale qualifie de rarissime de la part de l'UPE en France. « Aujourd'hui, nous n'avons que deux recours dans la France entière, à Dijon et Bordeaux, sur plus de 1 800 règlements locaux de publicité existants. Le problème que nous avons soulevé, c'est la définition du format publicitaire, qui inclut les encadrements, ce que nous appelons les moulures. La mauvaise interprétation de la jurisprudence du conseil d'État entraîne l'obligation de remplacer la totalité des panneaux publicitaires existants, du fait d'une limitation de ces encadrements et de ces mou-

« Nous avons le sentiment qu'on aboutit à une interdiction déguisée de la publicité... »
Stéphane Dottelonde, président de l'Union de la publicité extérieure



res, qui ne correspond à aucun format publicitaire existant. C'est comme si on demandait à l'industrie automobile de ne faire rouler que des voitures à trois roues : elles n'existent pas ! Et les panneaux publicitaires de 8 mètres carrés en moulures comprises n'existent pas ! Dans beaucoup de règlements, le format publicitaire est limité à 8 mètres carrés, sans dépasser 10,5 mètres carrés en incluant les moulures ; et c'est parfaitement conforme à la jurisprudence du conseil d'État. Le RLPi de Dijon Métropole

applique cette jurisprudence du Conseil d'État à mauvais escient : celle-ci ne vise que les formats publicitaires qui dépassent 12 mètres carrés. Quand le dispositif ne dépasse pas cette dimension, on a la possibilité de prévoir que les publicités, moulures incluses, aillent au-delà de 8 mètres carrés. »

Un sérieux litige

L'UPE juge que cette disposition a pour but d'aboutir à « une interdiction déguisée de la publicité », dans la mesure où la collectivité « n'était pas obligée de retenir cette définition du format dans la rédaction de son règlement ». « Interdiction » car, selon Stéphane Dottelonde, elle s'applique à des formats qui concernent la totalité des panneaux. « Il nous faudra tous les remplacer, mais on ne pourra en remettre que 30 % ! »

En conséquence, la question est de savoir quelle entreprise sera intéressée pour investir et entretenir un parc aussi réduit. « S'il n'y a pratiquement plus de publicité possible dans l'ag-

LE CONTEXTE

► Le 28 juin, les élus métropolitains ont adopté le nouveau règlement local de publicité intercommunal (RLPi). Le vice-président ayant présenté cette délibération, Rémi Détang (PS), avait parlé d'« un rapport qui fait débat ». L'élu avait indiqué que les entreprises concernées le trouvaient « trop strict », alors que deux associations, dont Les Amis de la Terre, le trouvaient « trop permissif ».

► Ce nouveau RLPi impose que tout nouveau panneau posé soit conforme au règlement ; ceux existants doivent l'être dans un délai de deux ans.

Conseil d'État et mode de calcul de la surface des panneaux

Dans sa décision n°395494 du 20 octobre 2016, le Conseil d'État, statuant au contentieux de la société Oxial à Dijon, avait jugé qu'il résulte de l'article L. 581-3 du Code de l'environnement que, pour calculer la surface unitaire mentionnée à l'article R. 581-34 du même Code, il convient de prendre en compte non la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

glomération dijonnaise, il y aura des conséquences sur l'emploi », prévient Stéphane Dottelonde, qui justifie : « Nos objectifs n'ont jamais été de mettre le plus de panneaux publicitaires possible, mais qu'ils soient placés au bon endroit et qu'ils s'insèrent dans l'environnement de façon qualitative. »
Anne-Françoise BAILLY

(*) Dans l'agglomération dijonnaise, plusieurs entreprises, dont JCDecaux, Clear Channel et AFCM, travaillent dans le secteur de l'affichage publicitaire.