

De : La SPPEF – Sites et Monuments
Paysages de France
Résistance à l'Agression Publicitaire
Agir pour l'Environnement
Collectif des Déboulonneurs
Les Amis de la Terre

À : Madame Audrey AZOULAY
Ministre de la Culture et de la Communication
3, rue de Valois
75033 PARIS CEDEX 01

Objet : Proposition de mise en conformité du code du patrimoine avec le code de l'environnement

Paris, le 8 décembre 2016

Madame la Ministre,

L'élaboration des décrets de la loi relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine vous donne une occasion pour mettre un terme aux excès permis par la dérogation mise en place par le gouvernement Villepin en 2006¹ concernant les bâches publicitaires sur les monuments historiques.

Actuellement, pour la seule ville de Paris, on recense² dix bâches géantes, soit environ 5 000 m² de surface publicitaire³, placées en des lieux exceptionnels, où la publicité est normalement interdite⁴. À titre de comparaison, cette surface est équivalente à la surface publicitaire totale des 350 dispositifs publicitaires de 8 m² du mobilier urbain parisien, format le plus grand autorisé par le règlement local de publicité⁵.

Nous vous transmettons donc, ci-joint, une proposition de modification de l'article R. 621-90 du code du patrimoine afin de remédier à un gigantisme publicitaire que rien ne justifie.

Cette proposition permettrait de rapprocher les opérations publicitaires autorisées actuellement sur les monuments d'un mécénat. Les emplacements visés par les marques sont suffisamment « stratégiques, emblématiques ou chargés d'histoire⁶ » pour qu'un simple logo de 12 m² soit valorisant et, en outre, plus compatible avec les monuments concernés comme avec le droit commun de la publicité.

Nous ajoutons que la proposition d'un plafond de 12 m² représente pour les associations soussignées un effort très important. Elle est faite, dans un esprit constructif, afin de régler définitivement cette question. Un plafond supérieur serait hors de propos, 12 m² correspondant à la surface maximale qu'autorise le code de l'environnement⁷.

Dans l'attente d'une réponse positive à notre demande, nous vous prions de croire, Madame la Ministre, en l'expression de notre considération la plus distinguée.

- **Société pour la Protection des Paysages et de l'Esthétique de la France**
Sites et Monuments

39, avenue de La Motte-Picquet, 75007 Paris
contact@sppef.org

- **Paysages de France**

5, place Bir-Hakeim, 38000 Grenoble
contact@paysagesdefrance.org

- **Résistance à l'Agression Publicitaire**

« La Teinturerie », 24, rue de la Chine, 75020 Paris
contact@antiupb.org

- **Agir pour l'environnement**

2 rue du Nord, 75018 Paris
contact@agirpourenvironnement.org

- **Collectif des Déboulonneurs**

contact@deboulonneurs.org

- **Les Amis de la Terre**

Mundo M - 47 avenue Pasteur - 93100 Montreuil
secretariat@amisdelaterre.org



**Paysages
de France**



**AGIR
pour
l'environnement**



**Les Amis
de la Terre**



1 - Histoire des bâches publicitaires sur les monuments historiques - Résistance à l'Agression Publicitaire, 18/12/2016.
2 - Publicités géantes, grande roue et baraquements, c'est Paris aujourd'hui – *La Tribune de l'art*, 29/16/2016.
3 - À raison de 500 m² en moyenne par bâche.
4 - Article L581-4 du code de l'environnement.
5 - Article P2.1.4 du RLP de Paris.
6 - Site internet de JCDecaux.
7 - Article R581-26 du code de l'environnement.

AFFICHAGE SUR LES BÂCHES DE TRAVAUX : PLAFONNEMENT ET CHANGEMENT DE MODÈLE

PROPOSITIONS DE MODIFICATIONS (en gras et barré) :

Article R. 621-90 du code du patrimoine

La bache apposée sur un monument en travaux peut comporter un espace d'affichage consacré à l'identification des personnes désirant contribuer à son financement et à celui des travaux de restauration. Cet espace ne peut excéder la surface de 12 m². La bache peut reproduire, sur les surfaces laissées libres, l'image du monument occulté par les travaux ou accueillir une création artistique indépendante des éléments identifiant ordinairement l'annonceur.

~~L'Une autorisation d'affichage est délivrée au vu de la compatibilité de l'éventuelle décoration de la bache et du contenu de l'affichage, de son volume et de son graphisme~~ avec le caractère historique et artistique du monument et de son environnement, sa destination et son utilisation par le public, en tenant compte des contraintes de sécurité.

Elle peut être assortie de prescriptions ou d'un cahier des charges. Elle détermine en particulier, selon les dimensions de l'échafaudage et du monument, les limites de la surface consacrée à l'affichage, qui ne peut excéder **50% 10 %** de la surface totale de la bache de support, l'emplacement de l'affichage sur la bache ainsi que la durée de son utilisation, qui ne peut excéder l'utilisation effective des échafaudages.

Les références de cette autorisation ainsi que l'indication des dates et surfaces visées au deuxième alinéa doivent être mentionnées sur l'échafaudage, de manière visible de la voie publique, pendant toute la durée de son utilisation.

~~Elle peut prescrire que la bache reproduise, sur les surfaces laissées libres, l'image du monument occulté par les travaux.~~

EXPOSÉ DES MOTIFS :

Cette proposition permet de limiter la taille des dispositifs publicitaires sur les monuments historiques, paradoxalement les plus grands jamais autorisés alors qu'ils sont en principe interdits sur ces monuments et ne dépassent généralement pas 12 m², pour les panneaux les plus imposants autorisés par ailleurs. Actuellement, cette dérogation ne rapporte que 10 à 12 millions d'euros par an.

Les associations, d'abord artisanes d'une surface d'affichage réduite à 4 m², toléreraient, compte tenu de la grande dimension de certaines bâches et par cohérence avec le code de l'environnement, l'adoption de 12 m² comme surface maximale, cette surface étant elle-même limitée, pour les bâches les moins importantes, celles de moins de 120 m², par un plafond de 10 % de la surface totale.

Il s'agit désormais, plus que d'une publicité au sens strict, d'apposer un logo identifiant l'entreprise participant à l'élaboration de la bache et aux travaux de restauration. L'apposition de logos de grandes dimensions sur des sites emblématiques, disposant d'une visibilité exceptionnelle, est en effet une opération plus valorisante pour l'annonceur, comme pour le monument.

La réduction de l'espace consacré à l'affichage est compensée par l'augmentation de la visibilité de la bache elle-même, pouvant accueillir une création artistique et constituer un événement urbain valorisant la partie affichage tout en restant strictement indépendante de cette dernière. Il s'agit également d'un média nouveau pour les plasticiens (exemple de Christo & Jeanne-Claude et aujourd'hui de JR...)