

DOLE

Le panneau de pub dans le jardin leur paye la taxe foncière

Un ou deux panneaux publicitaires dans sa propriété permettent d'emporter en moyenne un bon millier d'euros par an. Les sociétés d'affichage, en butte aux règlements de plus en plus restrictifs des collectivités, démarchent régulièrement les riverains les mieux placés.

« Enfin, ça nous payait les impôts fonciers... », rectifie aussitôt ce riverain du faubourg de Genève. Car avec l'augmentation régulière de la taxe foncière (+ 11,4 % en cinq ans, moyenne nationale), la somme n'y suffit plus. Mais cette réponse revient souvent chez les riverains, lorsqu'on leur demande combien ça leur rapporte.

Et à leurs yeux, cela justifie sans problème le fait d'avoir un ou deux panneaux 4 par 3 plantés dans leur gazon. « Ça nous rapporte environ 1 000 euros par an », témoigne une propriétaire. « Le panneau était déjà installé quand nous avons acheté la maison », précise-t-elle.

Complément de revenu

« Quand je vends une maison avec un panneau publicitaire, ce qui doit m'arriver tous les deux ou trois ans, j'explique effectivement à l'acheteur potentiel que ça lui paiera sa taxe foncière. On utilise ça comme un argument de vente, du moins lorsque le panneau est situé en fond de jardin. Sinon, ça peut être perçu comme un handicap aussi », explique Dominique Gremmel, de l'agence immobilière Orpi.

« Chez moi, le contrat est fixé pour six ans, avec un seul annonceur », témoigne cet autre riverain de l'avenue du Maréchal-Juin. « Je touchais 1 000 € par an avec Euromaster et là, avec Ezel Bâtiment, ils veulent me donner seulement 500 €. J'ai renvoyé le docu-



Avenue Pompidou, Hamid Chachoua, qui a accepté un panneau publicitaire dans sa propriété, perçoit environ 800 euros par an. Photo Progrès/Serge DUMONT

Les sociétés d'affichage sur la défensive

Lors du conseil communautaire du 30 septembre dernier, les élus du Grand Dole ont débattu sur les orientations du Règlement local de publicité intercommunal (RLPi). Un instrument qui est destiné à planifier localement la publicité pour mieux protéger le cadre de vie et dont la mise en place « répond à la volonté d'adapter le règlement national de publicité aux spécificités du territoire, en adoptant des prescriptions plus restrictives que ce dernier ».

Car l'affichage publicitaire est considéré par beaucoup comme une pollution visuelle (d'où son interdiction, entre autres, en secteur sauvegardé). Les professionnels de l'affichage, par la voie du syndicat national de la publicité extérieure, défendent leur activité.

« Les acteurs de l'économie locale ont besoin de nous. Les collectivités aussi, nous travaillons notamment avec Hello Dole. Nous reversons une taxe aux communes et notre activité, des fabricants de panneaux aux imprimeurs, représente beaucoup d'emplois », plaide Cédric Patingre.

« Si le RLPi passe en l'état, on perdra 70 % de notre chiffre d'affaires ». Bruno Perrot, l'un de ses sous-traitants, ne dit pas autre chose. Les professionnels ont d'ores et déjà prévu de rencontrer les élus grand-dolois. « Nous présenterons quelques propositions pour assouplir le projet. Et commençons déjà par respecter la loi nationale sur le sujet... ».

S.D.

ment en demandant 750 € et j'attends la réponse... ». L'homme précise qu'il reverse 15 % aux impôts et qu'il avait été démarché par un afficheur. Avenue Pom-

pidou, cette ancienne villa des années 1930, qui surplombe la route, a vite été repérée par les sociétés d'affichage. « Un type est venu nous démarcher. Je reçois

800 euros par an, désormais payé en deux tranches. Et ils se chargent de l'entretien de la haie pour que le panneau soit toujours bien visible », expli-

que Hamid Chachoua, le propriétaire.

« Rentabilisez votre bien avec un panneau publicitaire »

Car les afficheurs sont toujours à la recherche de nouveaux spots, avec un slogan sans détour : « Rentabilisez votre bien avec un panneau publicitaire ». Les propriétaires peuvent aussi se voir proposer de céder une façade de leur maison, si celle-ci offre une bonne visibilité depuis la rue. Les entrées de ville, où la circulation est importante, sont très sollicitées.

Des annonceurs locaux

« Sur Dole, nous versions plus de 150 000 euros de loyers par an aux particuliers », explique Cédric Patingre, directeur de la société d'affichage AFCM. Cette société régionale, qui emploie dix salariés et fait travailler une trentaine de sous-traitants, travaille presque exclusivement avec des annonceurs locaux, contrairement aux grosses sociétés nationales ou internationales (JCDecaux, Clear Channel, Expertise Media, Girod Médias...).

« Nous connaissons mieux les commerçants et artisans de l'agglomération que les politiques », assure-t-il. La loi Grenelle a déplacé et concentré l'affichage dans les villes de plus de 10 000 habitants, où la demande s'est accrue. « Sur Dole, la réglementation reste encore assez souple. Ce qui n'est pas le cas à Lons, où tout est interdit. Sur le boulevard de la Corniche, les loyers qui allaient avant à Idéal Standard, vont désormais à la collectivité. Sur le Grand Dole, notre société reverse environ 50 000 euros par an », poursuit Cédric Patingre.

S.D.

PHILIPPE WAGNER
100% INGRÉDIENTS NATURELS
philippe-wagner.fr

POUR VOTRE SANTÉ, PRATIQUEZ UNE ACTIVITÉ PHYSIQUE RÉGULIÈRE | plus d'infos : www.mangerbouger.fr

WAGNER
Saucisses de Montbéliard
100% INGRÉDIENTS NATURELS

WAGNER
Saucisse de Morteau
100% INGRÉDIENTS NATURELS

Sel sans nitrite
Sans sucre ajouté
Sans conservateur
autre que naturel