



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière

### Rapport GTLED

Page 1 de 15

#### INTRODUCTION

Depuis en plus de panneaux publicitaires sous forme d'écran à diodes électroluminescentes (communément appelés panneaux LED) sont présents sur les voiries ou à proximité immédiate des voiries, en Belgique et en Wallonie. Le Ministre wallon en charge de la Sécurité routière a donc demandé au CSWSR des experts sur cette problématique et de proposer un cadre pour l'implantation de ces panneaux. Des discussions ont donc été menées sur ce sujet avec un groupe de travail spécialisé en matière de sécurité routière et d'urbanisme du CSWSR. Ce GT a notamment invité, lors d'une séance, des représentants du secteur (Belgian Poster LED association – information).

Le groupe de travail propose une série de recommandations en vue d'encadrer le placement de panneaux publicitaires LED, mais recommande que cette démarche intègre également un encadrement des enseignes et des dispositifs à affichage dynamique, et qu'à cette occasion, l'ensemble de la réglementation concernant les panneaux publicitaires et les enseignes soit revue. En effet, la démocratisation du prix des panneaux LED (actuellement de l'ordre de 3.500 € par m<sup>2</sup>) va avoir pour conséquence que cette technologie sera progressivement généralisée, et ainsi de plus en plus utilisée pour les enseignes.

La demande du Ministre concernant à ce stade que les panneaux publicitaires LED, le présent rapport se limite à cette problématique.

Les panneaux publicitaires LED attirent le regard des usagers de la voirie du fait de leur nouveauté, mais surtout parce que les caractéristiques intrinsèques de ce type de publicité, comme leur brillance et les modifications de leur apparence, les font ressortir de l'environnement, particulièrement de nuit ou dans une semi-obscurité. Il faut prendre en compte les résultats des recherches menées par Theeuwes en 98/99, qui démontrent que le système visuel humain est sensible aux mouvements et aux éléments lumineux, et que de tels éléments dans le champ visuel vont amener un conducteur à regarder ceux-ci par réflexe, et donc même si le conducteur ne souhaite pas détourner son attention de la conduite du véhicule.

Les panneaux publicitaires sont conçus pour attirer l'attention des personnes qui passent à proximité, dont les conducteurs de véhicules. Ces conducteurs de leur tâche principale qui sont notamment pour l'objectif de détourner l'attention de la conduite de leur véhicule. La question se pose donc d'identifier si des panneaux sont susceptibles de générer un détournement d'attention des conducteurs de véhicules qui pourraient influencer négativement leur sécurité ou celle des autres usagers de la voirie, et notamment les usagers faibles, et de nombreuses études que les panneaux LED détournent plus l'attention des conducteurs que la publicité sur les panneaux traditionnels. Il faut aussi tenir compte du fait que, pour les annonceurs, un panneau présente une valeur directement proportionnelle au nombre de fois qu'il pourra être vu. Les endroits les plus recherchés pour placer des panneaux sont donc des endroits très fréquentés, et donc des endroits où, par définition, les sollicitations vers les conducteurs risquent d'être plus nombreuses, et donc leur tâche de conduite plus difficile.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière

### Rapport GTLED

Page 2 de 15

Dans le cadre du présent rapport, nous nous sommes penchés sur les aspects sécurité routière liés à la présence de panneaux publicitaires LED à proximité des voiries. D'autres aspects peuvent cependant aussi être pris en compte comme les aspects liés à la pollution visuelle ou les aspects liés à la consommation énergétique. Il est ainsi à remarquer qu'en France, le décret du 30 janvier 2012 limitant sensiblement les publicités, enseignes et préenseignes, a été pris consécutivement aux grenelles de l'environnement.

Vue des dangers pour les usagers de la route qui peuvent être générés par de telles évolutions, une réglementation s'avère indispensable. Le but du présent rapport est d'analyser de la façon la plus objective possible sous quelles conditions des panneaux LED sont acceptés car compatibles avec un système de transports sûr.

Par ailleurs, se posera aussi la question des panneaux installés sur terrain privé, voire à l'intérieur de magasins situés en bordure de la voie publique, mais derrière une des vitrines d'un magasin.

Enfin, il convient de rappeler que le CSWSR a pour objectif de proposer des mesures qui améliorent la sécurité routière. Dans ses réflexions, le CSWSR n'a donc pas pris en considération les aspects économiques liés à ces panneaux.

### Législation actuellement applicable en ce qui concerne les panneaux publicitaires digitaux

- l'article 21.6 du Code de la route, dans le cas précis des autoroutes, interdit les défilés publicitaires;
- la loi du 12 juillet 1956 portant le statut des autoroutes interdit également toute forme de publicités sur le réseau autoroutier;
 

*Art. 10. En vue de la conservation, de la beauté et de la viabilité, ainsi qu'en vue de la possibilité d'élargissement de la voie, le Roi peut, pour les zones de dégagement qu'il détermine et dont la largeur ne peut dépasser 30 mètres à partir de la limite de l'autoroute, arrêter des règlements concernant les constructions, les plantations, les clôtures, les dépôts, les canalisations, les installations aériennes, ainsi que toutes modifications du relief du sol par des travaux de déblai ou de remblai. Il est défendu dans ces zones d'apposer des affiches, de placer des enseignes ou de recourir à tous autres procédés de réclame ou de publicité. Le Ministre peut déroger à cette interdiction soit au profit d'un service public, soit au profit des exploitations dont les installations et les constructions sont établies en vertu de la dérogation prévue par l'article 4, § 2. Dans ce dernier cas, les affiches, enseignes et autres procédés de*



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière

### Rapport GTLED

Page 3 de 15

réclame ou de publicité ne pourront être apposés que sur les constructions ou dans les limites des installations autorisées.

- l'article 80.2 du Code de la route précise: «qu'il est interdit d'établir sur la voie publique des panneaux publicitaires, enseignes ou autres dispositifs qui éblouissent les conducteurs, qui les induisent en erreur, représentent ou imitent même partiellement des signaux routiers, se confondent à distance avec des signaux ou nuisent de toute autre manière à l'efficacité des signaux réglementaires. Il est interdit de donner une luminosité d'un ton rouge ou vert à tout panneau publicitaire, enseigne ou dispositif se trouvant dans une zone s'étendant jusqu'à 75 mètres d'un signal lumineux de circulation, à une hauteur inférieure à 7 mètres au-dessus du sol» ;

- le décret du 19 mars 2009: toute occupation du domaine public routier régional doit être préalablement autorisée par les services de la Région. Par conséquent, une occupation du domaine public non autorisée est ou non conforme à l'usage du domaine public constitue une infraction au sens de l'article 5, § 2 du décret précité.

- Le CWATUPE art 84 qui impose un permis d'urbanisme pour tout placement d'un panneau publicitaire:  
«**Art. 84.** § 1er. Nul ne peut, sans un permis d'urbanisme préalable écrit et exprès (...):

1<sup>o</sup> construire, ou utiliser un terrain pour le placement d'une ou plusieurs installations fixes; par «construire ou placer des installations fixes», on entend le fait d'ériger un bâtiment ou un ouvrage, ou de placer une installation, même en matériaux non durables, qui est incorporée au sol, ancrée à celui-ci, ou dont l'appui assure la stabilité, et destiné à rester en place alors même qu'il peut être démonté ou déplacé;

2<sup>o</sup> placer une ou plusieurs enseignes, ou un ou plusieurs dispositifs de publicité;

3<sup>o</sup> utiliser habituellement un terrain pour:

a. le dépôt d'un ou plusieurs véhicules usagés, de mitrailles, de matériaux ou de déchets;

b. le placement d'une ou plusieurs installations mobiles, telles que roulottes, caravanes, véhicules désaffectés tentes, à l'exception des installations mobiles autorisées par un permis de camping-caravaning;»

- Le CWATUPE article 431 à 442:  
« Règlements généraux d'urbanisme relatifs aux enseignes et aux dispositifs de publicité Art. 434.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière Rapport GTLED

Page 4 de 15

Les dispositifs de publicité sont interdits:

1° dans les zones visées aux articles 177 à 179 (lire « articles 36, 37 et 39 ») et dans les réserves naturelles telles que définies par la loi du 12 juillet 1973 sur la conservation de la nature;

2° sur les biens immobiliers qui, selon le cas:

a) sont classés ou auxquels les effets du classement s'appliquent provisoirement, en vertu de la loi du 7 août 1931 sur la conservation des monuments et des sites;

b) sont inscrits sur la liste de sauvegarde ou classés ou auxquels les effets du classement s'appliquent provisoirement, en vertu du décret du 17 juillet 1987 relatif à la protection du patrimoine culturel immobilier de la Communauté française;

3° sur les voies de communication touristiques désignées par l'Exécutif;

4° sur les toitures et sur les murs gouttereaux de tout immeuble;

5° sur tout bien immobilier déclaré insalubre, conformément aux dispositions du Code du logement.

Art. 435.

Nul ne peut, sans un permis de bâtir, fixer une enseigne ou un dispositif de publicité sur un bâtiment, une installation ou un ouvrage existant, ou l'y incorporer.

L'alinéa 1er ne s'applique pas au placement, sur le domaine de la voirie publique, des dispositifs d'affichage et de publicité visés à l'article 192, 3° f (lire « article 262, 12° J »).

Cependant, il faut noter que l'article 262.12.j) dispense de permis d'urbanisme sur le domaine public le placement, le déplacement ou l'enlèvement des dispositifs d'affichage et de publicité suivants:

- les colonnes dont le fût est d'au plus 1,20 m de diamètre et ne dépasse pas 3,50 m de hauteur;
- les panneaux sur pieds dont la hauteur et la largeur respectivement 2,50 m et 1,70 m et dont la superficie maximale ne dépassent pas 4,00 m<sup>2</sup> par face.

### • Règlement communal d'urbanisme (RCU):

Ces règlements concernent les manières de construire les bâtiments, les voiries et les espaces publics ainsi qu'éventuellement d'aménager leurs abords respectifs. Ils doivent se conformer aux dispositions des règlements régionaux d'urbanisme.

Les règlements communaux d'urbanisme sont établis à l'initiative des communes. On ne peut déroger que selon les formes prévues par le CWATUPE. Ils peuvent notamment contenir des prescriptions relatives au gabarit, au mobilier urbain, aux enseignes et procédés de publicité.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière Rapport GTLED

Page 5 de 15

### COMMENTAIRES

Nous avons analysé différents rapports réalisés en vue d'évaluer l'impact de panneaux publicitaires LED sur la sécurité routière (voir bibliographie en annexe). Il apparaît très difficile de réaliser des analyses ou des recherches sur l'impact de sources extérieures de distractions sur la sécurité routière. En effet, il s'agit d'un comportement humain, et dès lors de nombreuses variables peuvent intervenir et influencer les résultats de tests, tant au niveau des caractéristiques du conducteur (âge, niveau de fatigue, ...) que des caractéristiques de l'environnement (la luminosité ambiante, la complexité de l'environnement, ...) ou les caractéristiques du panneau publicitaire (dimension, luminosité, positionnement par rapport à la voirie, hauteur par rapport à une hauteur des yeux des conducteurs, ...). Les conclusions d'une étude sur l'impact de panneaux publicitaires LED peuvent donc varier largement en fonction de ces caractéristiques.

Une approche scientifique d'un problème nécessite normalement de réaliser une double étude, l'une sur un échantillon soumis à une variable et l'autre sur une base d'un groupe témoin, ceci afin de pouvoir isoler l'impact de la variable sous revue des autres variables pouvant intervenir. De telles études permettent d'établir une corrélation entre un élément et une variable et permettent donc de présenter des données de risques relatifs. Compte tenu de la multiplicité des variables, il est quasiment impossible de réaliser de telles études dans le cas des panneaux LED. Idéalement, une telle corrélation devrait être complétée par une recherche mettant en évidence le lien de cause à effet. Plusieurs études ont été menées en réel, sur base d'un nombre restreint de participants, mais pour lesquelles des facteurs peuvent jouer, ce qui pourrait rendre difficilement généralisables les conclusions.

De nombreuses études ont été menées sur base de simulateurs de conduite, qui permettent de mieux évaluer certains impacts, « toutes autres choses restant égales par ailleurs ». Elles peuvent cependant soulever des questions sur l'applicabilité des conclusions dans le monde réel.

Les commentaires repris ci-dessous sont largement basés sur le rapport « Safety impacts of the emerging digital display technology for outdoor advertising signs » - Jerry Wachtel - April 2009 qui présente une analyse très étendue de recherches réalisées sur ce sujet.

Il faut ainsi mentionner les conclusions qui ont pu être tirées des analyses des enregistrements dans le cadre d'une étude appelée « 100 cars naturalistic driving study » quia été réalisée en 2006 aux Etats-Unis. Dans le cadre de cette étude, un grand nombre de variables ont été enregistrées sur base de 100 véhicules instrumentés de façon discrète pendant une période de 18 mois.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière Rapport GTLED

Page 6 de 15

Une des conclusions les plus intéressantes de cette étude est que, dans près de 78% des accidents et inattention ou une distraction du conducteur jouent un rôle important que le taux correspondant évalué à travers l'étude par ailleurs montre que, dans 23% des accidents du conducteur suite à une source extérieure au véhicule l'évènement.

étude « 100 cars naturalistic driving » de 65% des quasi-accidents, un rôle. C'est à dire près de 3 fois plus de analyses d'accidents. Cette étude sur quasi-accidents, la distraction était **la cause principale** de

Une autre conclusion particulièrement importante de l'étude est que l'attention de la tâche principale (la conduite du véhicule) – « eye-off-road duration » de plus de deux secondes a augmenté de façon significative (risque relatif multiplié par 3,7).

cette étude est qu'un détournement de regard vers différents types de panneaux publicitaires LED a généré 19% des « regards », et 31% des regards au-delà de 0,75 seconde.

D'autres études mentionnées dans le rapport « J. Wa » supplémentaires d'accidents dès qu'un détournement de regard de plus de 0,75 seconde.

chtel » font ressortir un risque d'attention supérieure à 0,75

Beijer a réalisé une étude en 2002, qui a analysé les regards sur un tronçon de 6 km (25 participants représentaient 8% des panneaux publicitaires mais des regards au-delà de 0,75 seconde.

es regards vers différents types de panneaux publicitaires LED ont généré 19% des « regards », et 31%

Le rapport mentionne une étude réalisée dans le Wisconsin d'accidents (parking parcouru) pendant trois ans avec un panneau publicitaire LED, et trois ans après. La conclusion est que le nombre d'accidents a augmenté de 36% après la pose des panneaux publi

conséquents à un nombre de placement d'un panneau LED. L'étude a été que le nombre d'accidents publi

Il faut en fin attirer l'attention sur le fait que, dans d'autres domaines, le secteur de la publicité invoque la présence de panneaux publicitaires. Il faut cependant extrêmement difficile de prouver un lien de cause à effet entre la présence d'un panneau publicitaire plus vrai que, pour des raisons liées à la détermination des conséquences, il est très peu probable qu'une distraction à la source d'un accident.

de façon similaire à ce qui s'est passé dans l'étude que qu'il n'y a pas d'accident grave lié à la présence de panneaux publicitaires. Il est important de noter que l'effet d'une distraction d'un panneau publicitaire, et un accident. Ceci est d'autant plus important que la responsabilité de l'accident est attribuée au conducteur reconnaissant une telle

En conclusion, même si de nombreuses études ont été réalisées sur l'influence de la distraction qu'ils génèrent, ces études ne nous permettent pas de répondre à toutes les questions que nous pouvons nous poser. Ces études semblent cependant indiquer que, par rapport aux panneaux publicitaires classiques, les panneaux publicitaires LED détournent sensiblement plus l'attention des conducteurs de la tâche de conduite, et pour des durées plus longues, ce qui peut mettre en danger les conducteurs et particulièrement les usagers faibles.

réalisée sur l'influence de la distraction qu'ils génèrent, ces études ne nous permettent pas de répondre à toutes les questions que nous pouvons nous poser. Ces études semblent cependant indiquer que, par rapport aux panneaux publicitaires classiques, les panneaux publicitaires LED détournent sensiblement plus l'attention des conducteurs de la tâche de conduite, et pour des durées plus longues, ce qui peut mettre en danger les conducteurs et particulièrement les usagers faibles.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

**Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière**  
**Rapport GTLED**

Page 7 de 15

Par ailleurs, lors de la fixation de limites, parexemple en matière de luminosité, il faut fixer des limites compatibles avec un très large majorité des conducteurs présents sur les routes. Nous savons que, dans le cadre du vieillissement de la population, une part de plus en plus importante des conducteurs auront plus de 60 ans et auront donc besoin de plus de lumière pour percevoir des éléments de contrastes différents.

Il faut tenir compte de l'évolution possible et prévisible de l'utilisation des panneaux LED. En effet, les publicitaires sont perpétuellement à la recherche d'une nouveauté qui génère une meilleure attention des consommateurs visés. Actuellement, les messages présentés sur les panneaux LED proches des voiries sont, en Belgique, engénéral statiques. Des panneaux peuvent cependant présenter soit un succès de messages, à des intervalles très courts, soit même présenter des images vidéos. Par ailleurs, certaines expériences auraient déjà été menées au travers de panneaux qui créent une interaction en temps réel avec l'utilisateur. Le rapport « J. Wachtel » susmentionné présente ainsi une expérience menée en Belgique avec un panneau LED qui incite le conducteur à effectuer sur le vif des opérations avec un téléphone portable.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

**Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière**  
**Rapport GTLED**

Page 8 de 15

**RECOMMANDATIONS**

Les recommandations qui suivent ne concernent que les dispositifs LED visibles par les conducteurs de véhicules motorisés. Ces recommandations s'appliquent donc par exemple pas aux voiries piétonnes ou aux lieux exclusivement fréquentés par des piétons ou des cyclistes.

**Recommandation 1: Analyse de la problématique des panneaux publicitaires digitaux luminescents dans le cadre plus large des panneaux publicitaires en général et des enseignes**

Le groupe de travail recommande de considérer les panneaux LED dans le cadre d'une approche globale intégrant les panneaux publicitaires en général, dans la mesure où, d'une part, l'éclairage d'un panneau publicitaire peut être retenu qu'ils assimilent un point de vue de la luminosité à certains panneaux LED et que, d'autre part, différentes techniques permettent de représenter un message de type dynamique sans recourir à la technologie digitale.

Le groupe de travail recommande de considérer les enseignes et les enseignes dans une approche globale des panneaux publicitaires, les pré-cadredu décret du 30 janvier 2012 en France, où il est précisé comme cela a été le cas dans le cadre du règlement communal de la ville de Charleroi.

**Recommandation 2: Définition généralisée aux panneaux digitaux luminescents**

Dans la transposition des recommandations qui suivent, il conviendrait d'adopter des définitions suffisamment larges pour englober toutes les formes de publicités digitales actuelles ou à venir telles que les écrans LED, à plasma, LCD, OLED, ...

**Recommandation 3: Interdictions sur autoroutes et routes pour automobiles**

Le CSWSR recommande que le placement de panneaux publicitaires LED visibles par les conducteurs de véhicules motorisés soit interdit:

- A) sur autoroutes – maintien de l'interdiction de placer des panneaux publicitaires, et donc des panneaux publicitaires à LED (art 10 de la loi du 12 juillet 1956), à l'exception des panneaux appartenant à une autorité publique et affichant exclusivement des messages d'intérêt général pour les conducteurs;
- B) sur routes pour automobiles – vitesse limitée à 120 ou 90 km/h – interdiction de placer des panneaux publicitaires, à l'exception des panneaux appartenant à une





Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière

### Rapport GTLED

Page 9 de 15

autorité publique et affichant exclusivement des messages d'intérêt général pour les conducteurs.

Le CSWSR recommande que la réglementation (code de la route) soit adaptée afin d'interdire tout placement d'un panneau publicitaire, par exemple sur un terrain privé, mais disposé de telle façon que le public visé est de façon évidente celui circulant sur l'autoroute, même si ce panneau est installé au-delà de la limite des 30 mètres.

#### Recommandation 4: Tout placement de panneau publicitaire doit faire l'objet d'un permis d'urbanisme émis pour une durée limitée.

Le placement de tout panneau publicitaire, enseigne ou pré-enseigne doit faire l'objet d'un permis d'urbanisme – article 84 du CWATUPE.

Le CSWSR recommande qu'un décret confirme que tout panneau publicitaire LED en fonctionnement sur une remorque placée en un lieu où il est visible depuis une voie publique soit soumis à une forme d'autorisation dont les modalités sont à définir.

Le CSWSR recommande que toute autorisation de placement d'un panneau publicitaire soit accordée pour une période déterminée, par exemple 8 ans comme dans le décret 2012-118 en France.

Le CSWSR recommande que, lors de la mise en place de ces réglementations, il soit prévu que tous les permis délivrés avant la date de parution aient une validité qui se termine après une période de transition à définir.

Le CSWSR recommande que l'article 262.12.J du CWATUPE qui dispense de permis les dispositifs d'affichage de moins de 4m<sup>2</sup> sur le domaine public soit revue afin de limiter cette dispense, dans le cas de panneaux LED, aux panneaux qui ne sont pas visibles par les conducteurs de véhicules motorisés.

Le CSWSR recommande que ces recommandations soient intégrées dans la nouvelle version du CWATUPE qui est en préparation, et que stactuellement a été discuté des discussions en inter-cabinets.

#### Recommandation 5: Interdictions concernant le placement de panneaux publicitaires LED

Le CSWSR recommande qu'aucune autorisation ne soit délivrée si le placement d'un panneau publicitaire LED risquerait de détourner l'attention d'un conducteur de sa tâche de conduite à un endroit inapproprié, de porter confusion avec une signalisation routière, ou de représenter un masque de visibilité par rapport à d'autres usagers de la voie.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière Rapport GTLED

Page 10 de 15

publique. Le CSWSR recommande ainsi de ne pas accéder à l'autorisation pour des LED sur panneaux;

- À moins de 75 m d'un carrefour;
- À moins de 75 m d'un passage pour piétons sens interdit;
- À moins de 75 m d'écoles ou de tout endroit où les sollicitations d'un conducteur sont importantes.

En outre,

- Les panneaux doivent être placés à une hauteur minimale (par exemple 5 m);
- Distance minimale entre panneaux LED (par exemple de 500 m).

### Recommandations 6: Interdictions concernant le contenu des messages sur les panneaux publicitaires LED

Le CSWSR recommande que, dans le cas où le placement d'un panneau publicitaire LED, visible par les conducteurs de véhicules motorisés, est autorisé, il soit strictement interdit:

- o d'afficher des messages reproduisant des signaux routiers;
- o d'afficher des messages contraires à l'ordre public;
- o d'afficher des images ou des parties d'images clignotantes;
- o d'afficher des séquences vidéos;
- o d'afficher des messages dont la durée est de moins de 20 secondes, d'avoir des intervalles entre messages de plus de 1 seconde;
- o de présenter une transition entre messages (fondu, effet spécial, ...);
- o de publier des messages en séquences (un message pendant 20 sec, et la suite sur le message suivant);
- o Interdiction absolue de messages incitant à une interaction en temps réel.

### Recommandation 7: limitations en matière de dimensions et de luminosité.

Le CSWSR recommande que dans le cas où le placement d'un panneau publicitaire LED, visible par les conducteurs de véhicules motorisés, est autorisé;

- que la luminosité du panneau ne puisse dépasser des normes à fixer.
- Que la luminosité du panneau soit adaptée de façon automatique en fonction de la luminosité ambiante (via une mesure par cellule photovoltaïque).
- Que les panneaux LED ne puissent dépasser certaines dimensions à fixer – par exemple 2 ou 8 m<sup>2</sup> (cf. réglementation en France)

Afin de pouvoir déterminer ces critères techniques, le CSWSR recommande de mettre en place un GT incluant notamment des experts techniques, des représentants du secteur, un représentant du CSWSR, un représentant de la DGO1.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière Rapport GTLED

Page 11 de 15

Le CSWSR recommande que la luminescence acceptée soit suffisamment basse pour ne jamais gêner les conducteurs, et que cette luminescence autorisée ne soit pas supérieure à celle d'un panneau traditionnel correctement éclairé.

### Recommandation 8: Extinction entre 23h et 6h du matin

Pour des raisons liées à la consommation électrique, et donc à la pollution par effet de serre et la pollution visuelle et lumineuse pour les riverains, et en tenant compte du fait qu'aux heures de nuit, le nombre de passages est réduit, le CSWSR recommande que, si un permis d'urbanisme autorise le placement d'un panneau LED, ce dernier doit être éteint de 23h à 6h du matin, sauf si le panneau présente de la publicité licite pour un commerce ouvert pendant ces heures, et situé à moins de 100m du commerce. Dans ce cas, le panneau peut être allumé pendant les heures d'ouverture du commerce (ou à partir d'une heure avant l'ouverture, jusqu'à une heure après la fermeture).

### Recommandation 9: Obligations diverses

Le CSWSR recommande, lorsque le placement d'un panneau publicitaire LED est accordé:

- l'obligation de mentionner les coordonnées du propriétaire et du panneau de façon visible sur la structure du panneau;
- l'obligation pour le propriétaire du panneau de contracter une police d'assurance dont le panneau serait responsable;
- l'obligation qu'en cas de dysfonctionnement du panneau, ce dernier s'éteigne de façon automatique ou diffuse une image de couleur uniforme.

### Recommandation 10: Permis d'urbanisme délivré uniquement si la configuration des lieux le permet

Compte tenu du fait que les panneaux publicitaires LED détournent l'attention du conducteur de la route, le CSWSR recommande que les autorités compétentes soient extrêmement prudentes dans la délivrance d'autorisations pour le placement de panneaux publicitaires LED. L'autorisation de tels placements ne devrait être délivrée que si ils respectent strictement les précédentes recommandations, et en particulier des lieux, on peut raisonnablement penser que les risques liés à la présence de tels panneaux sont limités.

**La délivrance de telles autorisations devrait donc plutôt être l'exception que la règle.**



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière Rapport GTLED

Page 12 de 15

### Recommandation 11: Contrôles et sanctions

Les panneaux publicitaires, et particulièrement les panneaux publicitaires LED, détournent l'attention du conducteur de sa tâche principale qui est la conduite d'un véhicule. Un tel détournement d'attention des conducteurs de véhicules pourrait influencer négativement leur sécurité et celle des autres usagers de voirie, notamment les usagers faibles. Il est donc logique de prévoir un encadrement strict quant à la délivrance de permis d'urbanisme pour placer des panneaux.

Une réglementation stricte en matière de respect de la réglementation en matière de déplacement de publicité et d'enseignes, est respectée. Le CSWSR recommande le respect de la réglementation en matière de déplacement de publicité et d'enseignes, et de présenter annuellement les statistiques d'activités – nombre de contrôles, nombre de PV établis et sanctions financières correspondantes, nombre et montant des amendes souscrites et sanctions administratives effectivement payées.

### Recommandation 12: Evaluation

Le CSWSR recommande qu'un suivi de l'accidentologie à proximité des panneaux publicitaires LED soit organisé afin de permettre une analyse de l'impact réel des panneaux sur l'insécurité routière.



Wallonie



Service public  
de Wallonie

## Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière Rapport GTLED

Page 13 de 15

### Annexe Lignes directrices pour l'utilisation de l'affichage numérique Ministère des Transport du Québec – Janvier 2012

Bien que ces conditions encadrent l'utilisation de l'affichage publicitaire numérique, il n'en demeure pas moins que les sites sélectionnés doivent respecter intégralement les lois sur l'affichage. De plus, ces conditions sont sujettes à changements selon l'expérimentation effectuée en fonction du projet de fusion des lois sur l'affichage.

1. La durée d'affichage de chaque message publicitaire doit être d'une durée minimale de 10 secondes. (2008)
2. Le message publicitaire doit être fixe sans aucune animation, mouvement ou variabilité dans l'intensité lumineuse. (2008)
3. Aucun transition entre les messages n'est autorisée (fondu ou autre procédé). (2008)
4. L'affichage digital ne doit créer aucun éblouissement ni avoir une saillance supérieure aux autres publicités. À cet effet, une attention particulière devra être apportée durant la nuit. (2008) Un maximum de 3,2 lux au-dessus de la lumière ambiante (*over ambient light level*) mesurée 1,5 mètre du sol, à une distance de 45 à 100 mètres selon la taille de la publicité numérique **ou encore** à 20 nits en milieu urbain et à 100 nits en milieu urbain et ce, du crépuscule à l'aube. (2012)
5. En cas d'un mauvais fonctionnement, l'affichage doit être figé sur un message publicitaire ou fermé. (2008)
6. Il est strictement interdit, sans l'autorisation du Ministère, d'imiter l'écriture ou le contenu des panneaux à messages variables du Ministère. (2008)
7. Il est strictement interdit d'avoir une suite de contenu publicitaire entre les messages affichés. Chaque message doit être indépendant et exempt de contenu (annonceur et produit). (2008)
8. Le contenu des messages doit demeurer publicitaire et ne doit pas être utilisé comme un média d'information (exemple: «breaking news»). (2008)
9. Il est obligatoire de soumettre chaque site à la Direction du soutien aux opérations pour obtenir une autorisation écrite. (2008)
10. La distance entre deux publicités numériques visibles dans une même direction doit être d'au moins 1,5 km. La distance entre une publicité numérique et une publicité standard demeure celle prescrite par les lois. (2012)
11. La publicité numérique est interdite à moins de 200 mètres d'une habitation, d'un établissement de santé, d'une résidence pour personnes âgées ou d'une école primaire ou secondaire, sauf si un dispositif empêche la lumière de se rendre vers ces lieux ou que la publicité numérique est éteinte de 22h à 6h. (2012)



Wallonie



Service public  
de Wallonie

**Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière**  
**Rapport GTLED**

Page 14 de 15

**MEMBRES DU GROUPE DE TRAVAIL**

Patric DERWEDUWEN (CSWSR)  
Juliette ANSELOT (GOCA)  
Benoît DUPRIEZ (IBSR)  
Jean-Noël LIBERT (ICB)  
Dominique DEBATTY (DGO4)  
Anne DAUBECHIES (DGO4)  
Xavier GIGOT (DGO1)  
Olivier VAN DAMME (CRR)  
Sophie SCHEQUENNE (UPTR)  
Luc GOFFINET (GRACQ)  
Corine LEMENSE (DGO2)



Wallonie



Service public  
de Wallonie

**Conseil Supérieur Wallon de la Sécurité Routière**  
**Rapport GTLED**

Page 15 de 15

**BIBLIOGRAPHIE**

Safety impacts of the emerging Digital Display Technology for outdoor advertising signs  
Final report – NCHRP Jerry Wachtel – avril 2009

SWOV Factsheet – Roadside advertising and information on January 2009  
[www.swov.nl](http://www.swov.nl)

OMA – Outdoor Media Association Inc  
Discussion paper – Digital Billboards and roadsafety: an analysis of current policy and  
research findings

Legi France – Code de l'environnement chapitre III: prévention des nuisances lumineuses.

Publicité extérieure, enseignes et pré-enseignes; le rapport du sénateur Hubert Falco, les  
réactions des associations.

Lignes directrices pour l'utilisation de l'affichage numérique Ministère des Transports du  
Québec – janvier 2012

VTI – Effects of billboards on traffic safety (abstracts)  
[www.vti.se](http://www.vti.se) 2011

Belgian Poster LED Association – information – Avis du 29/06/12

Ville de Charleroi – Règlement communal arrêtant les dispositions relatives aux enseignes et  
dispositifs de publicité réalisés au moyen d'un écran à diodes électroluminescentes (LED)

Transport Research Laboratory (TRL) Project Report PPR409  
Investigating driver distraction: the effect of video and static advertising.

Austroads Research report – Impact of roadside Advertising report on Road Safety APR420-  
13

CEDR Technical Group Road Safety - Fact Sheet on Advertising signs near Motorways  
September 2011

Parlement Wallon – Proposition de résolution relative à la réglementation des écrans LED