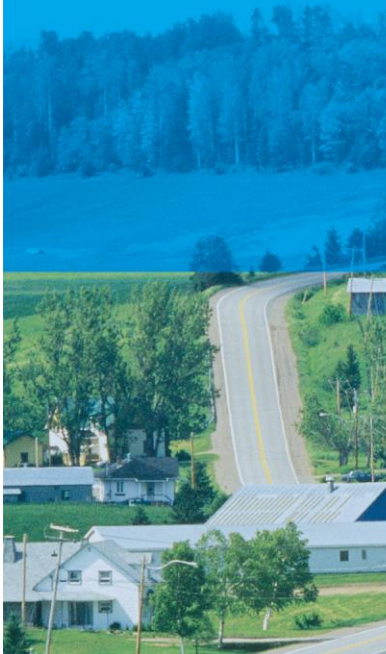


MINISTÈRE DES TRANSPORTS

# Lignes directrices pour l'utilisation de l'affichage numérique



JUIN  
**2019**





# LIGNES DIRECTRICES POUR L'UTILISATION DE L'AFFICHAGE NUMÉRIQUE

## 1. Objectifs et champ d'application

Ce document encadre l'utilisation de l'affichage numérique dans l'application des lois suivantes :

- Loi sur la publicité le long des routes (RLRQ, chapitre P-44);
- Loi interdisant l'affichage publicitaire le long de certaines voies de circulation (RLRQ, chapitre A-7.0001).

Il ne vise pas à reprendre le contenu des lois mentionnées ci-dessus, mais plutôt à fournir des lignes directrices spécifiques à l'utilisation de l'affichage numérique. En cas de divergence, les documents législatifs prévalent. Ce document remplace les précédentes versions déposées en 2008 et 2012. Un repère vertical a été ajouté en marge des critères ayant été modifiés par rapport à ceux de la version de 2012.

## 2. Définitions

Dans le présent document, à moins que le contexte n'indique un sens différent, on entend par :

« affichage numérique » : tout type d'affichage composé d'un écran à cristaux liquides ou d'une technologie utilisant une source lumineuse pour créer l'image constituant la publicité;

« affichage extérieur fixe » : tout type d'affichage numérique concerné par l'application de la Loi sur la publicité le long des routes (P-44) ou de la Loi interdisant l'affichage publicitaire le long de certaines voies de circulation (A-7.0001);

« affichage sur véhicule » : tout type d'affichage installé sur un véhicule routier ou sur de l'équipement roulant;

« éblouissement » : condition de vision dans laquelle l'observateur éprouve soit une gêne, soit une réduction de l'aptitude à distinguer des objets, soit les deux simultanément, par suite de la présence dans le champ visuel d'une source lumineuse trop intense;

« effet de transition » : procédé constitué par le remplacement d'un message publicitaire par un autre avec un effet d'animation ou de mouvement;

« lieux sensibles » : les habitations, les établissements de santé, les résidences pour personnes âgées et les écoles primaires ou secondaires;

« message publicitaire » : image comportant du contenu destiné à promouvoir un produit ou une activité.

## 3. Conditions d'utilisation

Ces conditions encadrent l'utilisation de l'affichage publicitaire numérique sur le territoire d'application de la Loi sur la publicité le long des routes et de la Loi interdisant l'affichage publicitaire le long de certaines voies de circulation. Les sites sélectionnés doivent aussi respecter intégralement les dispositions de ces lois.

### 3.1 Affichage extérieur fixe

- 3.1.1 La durée d'affichage de chaque message publicitaire doit être d'une durée minimale de 8 secondes.
- 3.1.2 Le message publicitaire doit être fixe sans aucune animation, aucun mouvement ou aucune variabilité dans l'intensité lumineuse.
- 3.1.3 Aucun effet de transition entre les messages n'est autorisé.
- 3.1.4 L'affichage numérique ne doit créer aucun éblouissement. Une attention particulière devra être apportée durant la nuit.
- 3.1.5 En cas d'un mauvais fonctionnement, l'affichage doit être fermé.
- 3.1.6 Chaque message diffusé doit constituer un message autonome et complet en soi. Il ne doit pas créer d'expectative que le message qui suivra sera en lien avec celui-ci.
- 3.1.7 La distance entre deux publicités numériques visibles dans une même direction doit être d'au moins 600 m sur les autoroutes et au moins 300 m sur les routes. La distance entre une publicité numérique et une publicité standard demeure celle prescrite par les lois pour les publicités.
- 3.1.8 Les publicités numériques ne doivent pas causer un éblouissement ou un inconfort dû à l'émission d'une quantité de lumière supérieure à l'éclairage ambiant chez les occupants d'un lieu sensible. De plus, elles doivent respecter les règlements municipaux sur les nuisances en vigueur sur leur territoire.
- 3.1.9 Chaque site doit être soumis préalablement à la direction générale territoriale visée pour obtenir un avis de conformité ou un permis.
- 3.1.10 Il est strictement interdit d'imiter l'écriture ou le contenu de la signalisation routière prévue à l'article 289 du Code de la sécurité routière, dont les panneaux à messages variables du Ministère.
- 3.1.11 Les concepts publicitaires qui interagissent avec les usagers de la route à l'aide de leur téléphone cellulaire ou du tableau de bord de leur véhicule sont interdits.
- 3.1.12 Les concepts publicitaires utilisant des messages numériques en trois dimensions ou des hologrammes sont interdits.



## 3.2 Affichage sur véhicule

- 3.2.1 Un seul message fixe et continu est autorisé lorsque le véhicule circule sur un chemin public.
- 3.2.2 Le message publicitaire doit être fixe, sans aucune animation, aucun mouvement ou aucune variabilité dans l'intensité lumineuse.
- 3.2.3 Aucun effet de transition n'est autorisé.
- 3.2.4 L'écran ne doit pas produire un éclairage lumineux pouvant causer un éblouissement chez les usagers de la route.
- 3.2.5 En cas d'un mauvais fonctionnement, l'affichage doit être fermé.
- 3.2.6 Les concepts publicitaires qui interagissent avec les usagers de la route à l'aide de leur téléphone cellulaire ou du tableau de bord de leur véhicule sont interdits.
- 3.2.7 En aucun cas, les écrans placés sur un véhicule ne doivent interférer avec les dispositifs d'éclairage et signaux d'avertissement des véhicules prévus aux articles 215 à 240.3 du Code de la sécurité routière ni les imiter.
- 3.2.8 Lorsque stationné, le véhicule doit respecter les dispositions prescrites par la Loi sur la publicité le long des routes, la Loi interdisant l'affichage publicitaire le long de certaines voies de circulation et la section 3.1 de ce document.

## 4. Coordonnées des directions générales territoriales

Vous trouverez les coordonnées des bureaux du Ministère sur le site Web du ministère des Transports à l'adresse suivante : <https://www.transports.gouv.qc.ca/fr/nous-joindre/directions-territoriales/Pages/directions-territoriales.aspx>.

