

Stratégie régionale sur la publicité

Présentation DREAL – DDT 49
8 juin 2015



Publicité et paysage



- Constat d'une multiplication des messages publicitaires
- Démultiplication qui s'accompagne d'une banalisation du paysage

Publicité et paysage



Développement le long des principaux axes routiers de préenseignes

Publicité et paysage



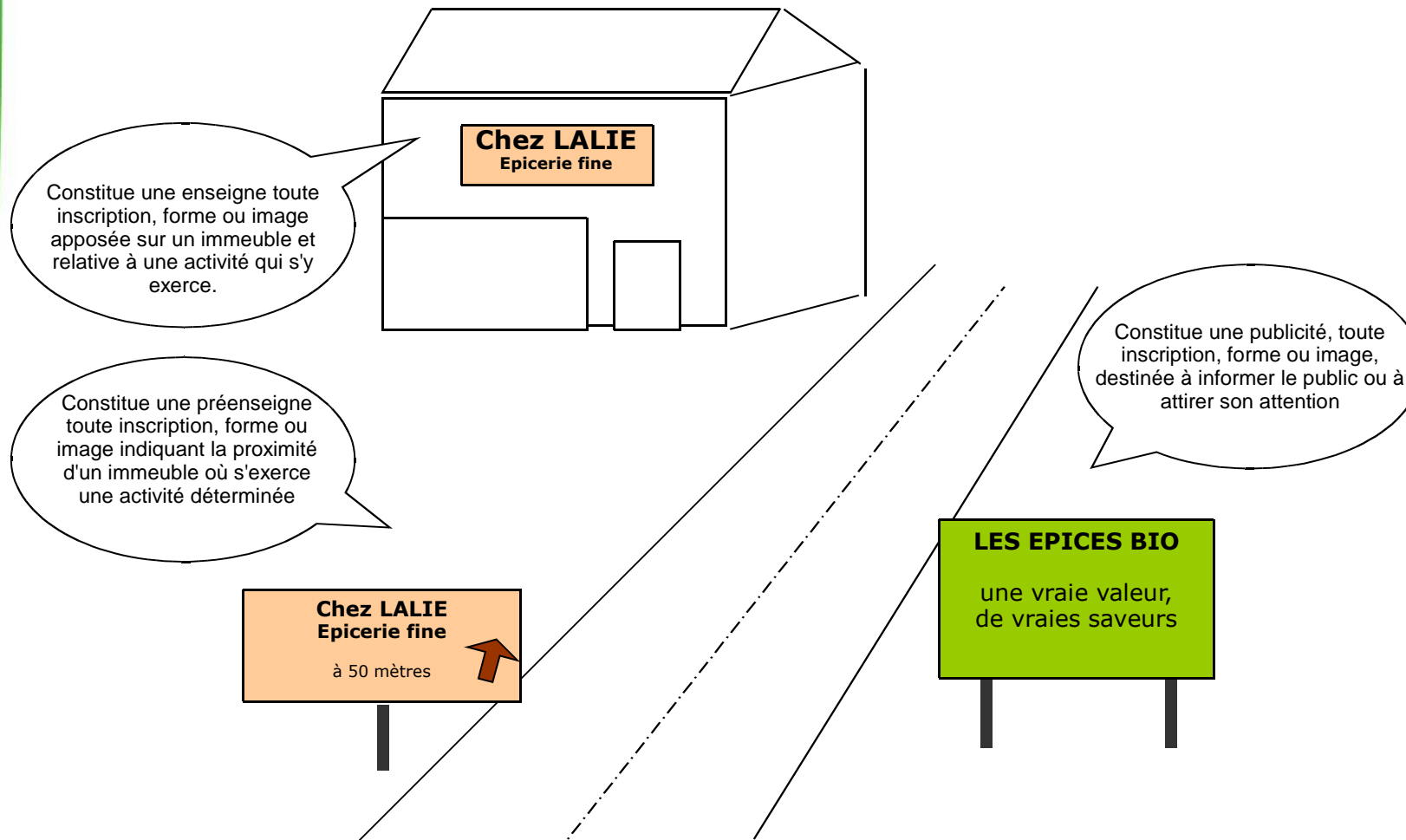
Publicité et paysage



Publicité et paysage



Quelques définitions préalables



Présentation de la réforme

Concilier 2 grands principes :

- La **protection du cadre de vie**,
la prévention des nuisances lumineuses et
la réduction des consommations
énergétiques

et

- Le respect des libertés fondamentales que
sont la **liberté d'expression** et la **liberté
du commerce** et de l'industrie

Les trois objectifs de la réforme

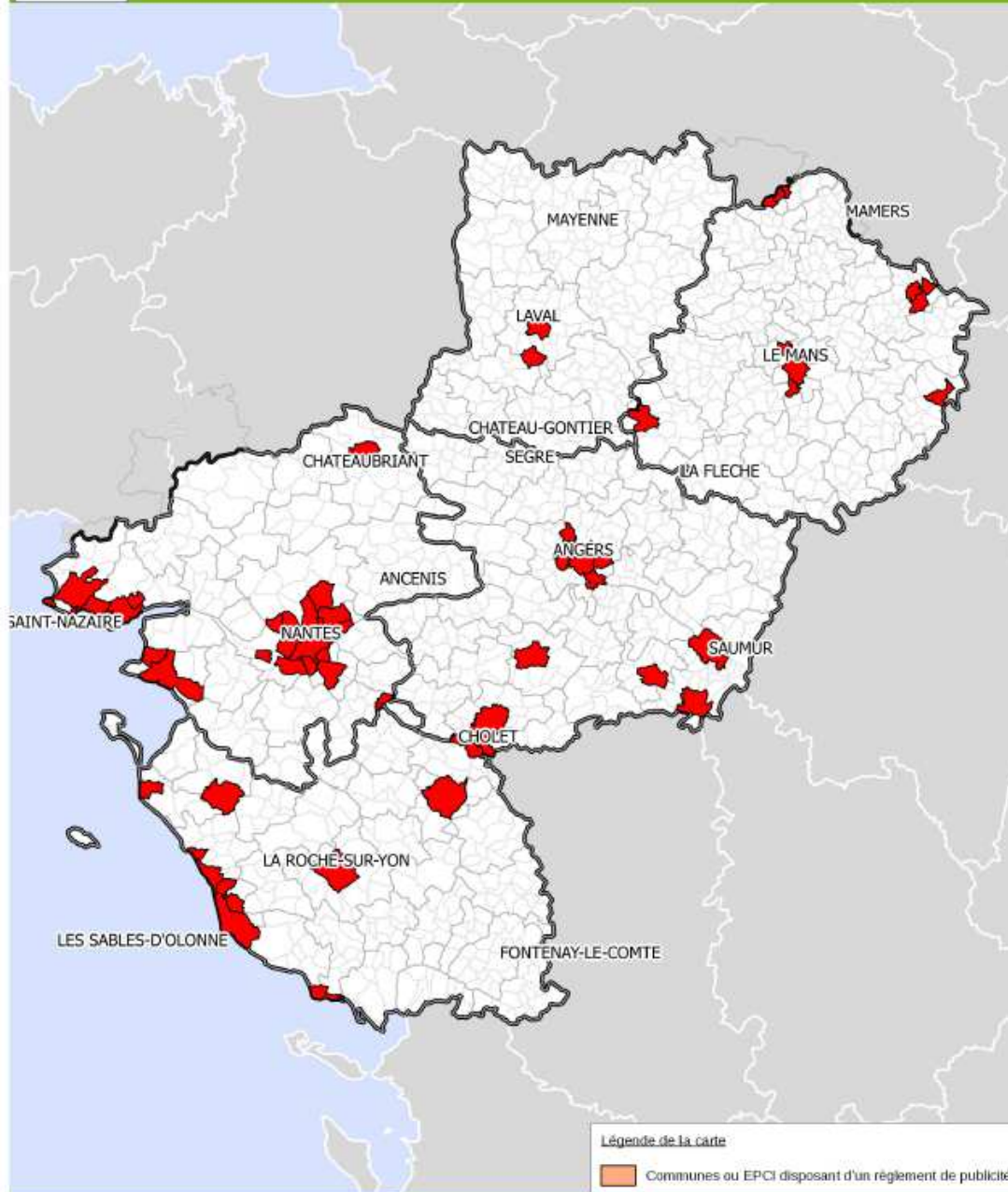
- La limitation et l'encadrement de l'affichage publicitaire
- La diversification et le développement de nouveaux supports de publicité
- Une nouvelle répartition des compétences entre les communes et l'État



PRÉFET
DE LA RÉGION
PAYS DE LA LOIRE

Règlements locaux de publicité en Pays de la Loire

Collectivités ayant un règlement approuvé au 1er juin 2014



Légende de la carte

Communes ou EPCI disposant d'un règlement de publicité

Direction régionale de l'Environnement, de l'aménagement
et du Logement - PAYS-DE-LA-LOIRE

Sources :
FIGN, DREAL Pays de la Loire
Le 02/06/2014 - DREAL Pays de la Loire

www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr



PRÉFET
DE LA RÉGION
PAYS DE LA LOIRE

Principes généraux

Des principes communs fixés par le législateur :

La publicité est interdite :

- en dehors des agglomérations (sauf les préenseignes dérogatoires et sauf dans l'emprise des gares et des aéroports)
- sur les MH, dans les sites classés, les réserves naturelles, sur les arbres...
- sur les poteaux de transport et de distribution d'électricité, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage publique, les équipements publics concernant la circulation routière...
- en agglomération : dans les secteurs sauvegardés, les ZPPAUP, les AVAP, les sites inscrits, les PNR, à 100 m et dans le champs de visibilité des MH (possibilité de déroger à cette interdiction en élaborant un RLP)...

Principes généraux

Des principes fixés par le pouvoir réglementaire

- à chaque type de publicité en fonction de la taille de l'agglomération, du type d'implantation fixés par le pouvoir réglementaire...
- à chaque type d'enseigne en fonction de leur implantation (en façade, en drapeau, scellée au sol sur toiture...). Dans un certain nombre de cas les enseignes sont soumises à autorisation (secteurs protégés, en toiture ou en terrasse, enseignes lasers...).

= La réglementation nationale de la publicité (RNP)
encadre la publicité de manière générale

Calendrier de la réforme

- **14 juillet 2015** : Mise en conformité de tous les dispositifs avec la nouvelle réglementation (sauf les enseignes)

Limitation du nombre de pré-enseignes dérogatoires autorisées

- **1^{er} juillet 2018** : Mise en conformité des enseignes
- **14 juillet 2020** : Mise en conformité des règlements locaux de publicité.

Missions de l'État

- Instruire les demandes d'autorisation et assurer la police de l'affichage publicitaire dans les communes et EPCI sans RLP
- Accompagner les collectivités compétentes dans l'élaboration de leur RLP
- Piloter, coordonner et animer la politique nationale à l'échelon régional et départemental
- Suivi et évaluation de l'application des nouvelles dispositions réglementaires et des actions engagées (état d'avancement des RLP, bilans et statistiques, difficultés rencontrées, éléments facilitateurs...)

La DREAL a pour rôle de piloter, coordonner et animer la politique nationale à l'échelon régional.

Exemple en DDT 49

Le service : (SEEF - Unité Cadre de Vie Biodiversité :
Chef d'unité Dominique THIERRY)

2 agents sur la mission publicité :

Lucette MONNIER (50 % de son temps sur cette mission)

Rémy GUITTET (50 % sur cette mission)

- Mission 1 : instruction des déclarations et des demandes d'autorisation Lucette MONNIER (en 2014: 22 dossiers de demande d'autorisation)

Utilisation de la base de données Sigloire
(enregistrement des nouvelles D et A)

- Mission 2 : exercice de la police. Intervention à deux.

Exemple de la DDT 49

- Mission 3 : accompagnement des collectivités dans l'élaboration des RLP

Il y a 2 RLPi prescrits en 49 en // à la mise en place de PLUi.

Communauté de communes de St Florent le Vieil et communauté de communes de Champtoceaux

Pour ces deux collectivités préalablement à la production du PAC, visite de la commune avec l'architecte conseil urbanisme et paysage de la DDT, portant sur l'aspect urbanisme et publicité avant la production des 2 PAC (urba + pub).

A ce jour 1 PAC réalisé en 2014 pour la com com de St Florent et 1 en cours pour Champtoceaux.

Exemple en DDT 49

- Pour les collectivités qui ne prescrivent pas de RLP à chaque élaboration ou révision de PLU(i) on adresse à la collectivité en annexe au PAC Urba une note d'information rappelant à la commune dans à quel régime elle est soumise en matière de publicité sorte de « mini PAC informatif » + rappel des points clefs de la réforme.....
- Moyens : échanges en continue avec le service urbanisme de la DDT (délibérations - avis des unités du service lors du PAC urba) utilisation de l'outil sigloire et site DREAL pour recenser les MH, secteurs à enjeux...)

Exemple en DDT 49

- Mission 4 Suivi des nouvelles dispositions

La MISEN 2 intervention : présentation de la réforme en décembre 2014 et actions en matière de police en avril 2015 relation avec les procureurs

Information de l'ensemble des élus en avril 2015 lors de 4 réunions (une par arrondissement, présidée par les sous préfets - thème Publicité jumelée avec le thème de l'accessibilité Bonne fréquentation (2/3)

- Une réunion technique avec les socio-professionnels en mai 2015 (Cie consulaire CG 49 ...)
- Information des élus du PNRLA (Sylvain Guerveno) + communiqué de presse
- Courriers aux afficheurs
- Communiqué de presse en cours

Avant



Après



Mission de police de la publicité réalisée par la DDT 49

Mise en place de la réforme en Pays de la Loire

Création d'un réseau des référents publicité afin de coordonner les actions, et de partager les expériences et les pratiques entre services.

- Un réseau DDT(M) / DREAL
- Mais aussi avec d'autres partenaires STAP, CAUE, PNR, Conseils départementaux...

Mise en place d'une stratégie régionale

Une stratégie qui est le fruit d'un travail partenarial DDT(M) / DREAL avec pour axes principaux

- 1- Améliorer l'instruction des demandes d'autorisation et coordonner les actions de police
- 2 – Accompagner les collectivités dans la mise en place de la réforme
- 3 – Conforter et développer le réseau régional publicité

Le cas des pré-enseignes dérogatoires

Avant la réforme

Certaines pré-enseignes sont autorisées hors agglomération : hôtels, stations essence, restaurants, garages...

Avec la réforme

A partir du 13 juillet 2015, seule la signalisation des trois types d'activités suivantes est autorisée hors agglomération :

- ✓ la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales dont c'est l'activité principale,
- ✓ les activités culturelles,
- ✓ les monuments historiques, classés ou inscrits.

Une signalisation d'information locale (S.I.L.) pourra être mise en place pour répondre aux besoins de signalisations directionnelles, compte-tenu de la suppression des pré-enseignes dérogatoires. La S.I.L. est du ressort de la collectivité gestionnaire de la voirie.



Exemple d'un panneau de Signalisation d'Information Locale

Contacts :

44 Direction départementale des territoires et de la mer,
Service eau, environnement.
Secrétariat : **02.40.67.28.02**
Réfèrent publicité : **02.40.67.25.96**

49 Direction départementale des territoires,
Service eau, environnement, forêt.
Secrétariat : **02.41.86.64.84**
Réfèrents publicité : **02.41.86.64.88 / 02.41.86.66.64**

53 Direction départementale des territoires,
Service aménagement et urbanisme,
Division prévention des risques.
Secrétariat : **02.43.67.88.59**
Réfèrent publicité : **02.43.67.87.56**

72 Direction départementale des territoires,
Service urbanisme et aménagement
unité urbanisme durable.
Secrétariat : **02.72.16.40.71**
Réfèrent publicité : **02.72.16.40.73**

85 Direction départementale des territoires et de la mer,
Service eau, risques et nature,
Division nature et biodiversité.
Secrétariat : **02.51.44.33.11**
Réfèrent publicité : **02.51.44.33.17**

Contact à la direction régionale de l'environnement,
de l'aménagement et du logement :

srnp.dreal-pays-loire@developpement-durable.gouv.fr

Pour en savoir plus sur la réglementation de la publicité extérieure, consultez le site internet de la DREAL :

<http://www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr>

(rubrique sites et paysages, réglementation de l'affichage publicitaire)



DREAL

Pays de la Loire

Une nouvelle réglementation pour l'affichage publicitaire



Conception : DREAL Pays de la Loire © Copyright - DREAL - service ressources naturelles et paysages / mission communication - Janvier 2015

JANVIER 2015

www.pays-de-la-loire.developpement-durable.gouv.fr

La publicité extérieure est omniprésente dans notre cadre de vie quotidien, elle s'impose à nos regards. Réglementer son développement permet d'améliorer la qualité du cadre de vie de chacun.

L'enjeu de la loi du 12/07/2010 (loi Grenelle II qui comporte un volet «publicité») consiste à trouver un équilibre entre préservation des paysages et développement économique des territoires en réglementant plus efficacement le développement de l'affichage publicitaire, des enseignes et pré-enseignes.

Les principales mesures de la réforme

Le décret du 30 janvier 2012 portant sur la réforme de la réglementation de la publicité extérieure entré en vigueur le 1er juillet 2012 précise les objectifs de la réforme en introduisant :

- ✓ **des changements techniques** (formats, densités, extinctions des enseignes lumineuses, ...),
- ✓ **des dispositions relatives à de nouveaux dispositifs** (bâches, dispositifs numériques, micro affichage, ...),
- ✓ **une nouvelle répartition des compétences** dans l'instruction des dossiers (déclaration-autorisations) et l'exercice des pouvoirs de police entre services de l'État et collectivités territoriales.

Evolution des Règlements Locaux de Publicité (RLP)

Élaboré selon les mêmes procédures qu'un plan local d'urbanisme, le RLP nouvelle génération est pour les communes et les EPCI un outil d'adaptation de la réglementation nationale sur la publicité aux spécificités de leur territoire.



Point d'information sur la nouvelle répartition des compétences pour la police de la publicité, l'instruction des déclarations préalables et des demandes d'autorisation, l'autorité compétente est :

- ✓ **la commune**, si elle a un RLP : compétence du maire et instruction par la commune
- ✓ **l'État**, si la commune n'a pas de RLP : compétence du préfet de département et instruction par la direction

La liste des communes ayant un RLP en vigueur en région Pays de la Loire est disponible sur le site internet de la DREAL.

Le calendrier de la réforme :

- ✓ **14 juillet 2015** : Mise en conformité de tous les dispositifs avec la nouvelle réglementation (sauf les enseignes)
- ✓ **1er juillet 2018** : Mise en conformité des enseignes
- ✓ **14 juillet 2020** : Mise en conformité des RLP. Les RLP élaborés avant le 13 juillet 2010 qui n'ont pas été révisés ou modifiés deviendront automatiquement caducs. 50 RLP sont concernés en région Pays de la Loire.

