

Mise en place de la réglementation publicité dans le parc naturel régional du marais poitevin

Réunion du 23 février 2016



Publicité et paysage



- Une multiplication des messages publicitaires...
- qui s'accompagne d'une banalisation du paysage

Publicité et paysage

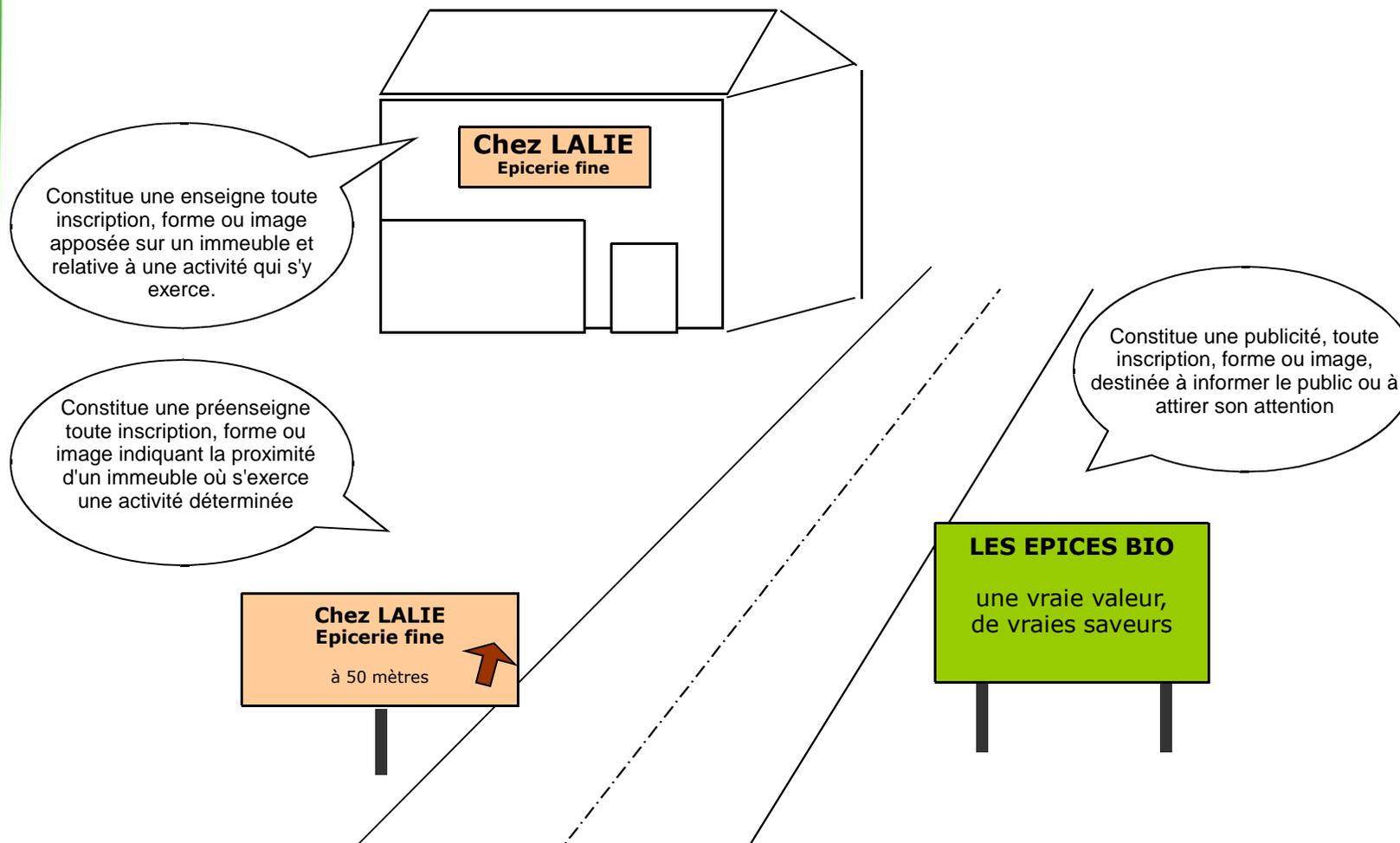


➤ Une concentration des dispositifs publicitaires le long des principaux axes routiers au détriment de la qualité des paysages et des entrées de ville

Publicité et paysage



Quelques définitions et rappels préalables



Quelques définitions et rappels préalables

Il est nécessaire de distinguer :

La publicité, les enseignes et les préenseignes, soumises à des règles strictes d'emplacement et de format (réglementation publicité - code de l'environnement)

La signalisation routière, soumise au code de la route

Le mobilier urbain portant des informations générales et locales (code de la voirie routière et code environnement ou patrimoine dans les secteurs de protection)



Quelques définitions et rappels préalables



Ces panneaux comportant des mentions « bienvenues » ou autres mentions diverses en entrée de communes ou de zone d'activités n'entrent pas dans la catégorie de signalisation routière.

Cette signalisation relève de la réglementation relative à la publicité.

Présentation de la réforme de la publicité (loi Grenelle II)

La conciliation de deux grands principes :

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

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

Les principaux objectifs de la réforme

- La limitation et l'encadrement de l'affichage publicitaire
- La prise en compte du développement de nouveaux supports de publicité
- Une nouvelle répartition des compétences entre les communes et l'État

Les principes généraux de la réforme

La publicité est interdite :

- en dehors des agglomérations (sauf les préenseignes dérogatoires et sauf dans l'emprise des gares et des aéroports)
- sur les monuments historiques, 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.

Les principes généraux de la réforme

La réglementation nationale de la publicité encadre chaque dispositif réglementaire :

- 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...).

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.

La réforme nationale du régime des préenseignes dérogatoires

Interdites au sein du site classé, ces dispositifs sont autorisés hors agglomération pour signaler :

- la vente ou la fabrication de produit du terroir,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques classés ou inscrits.



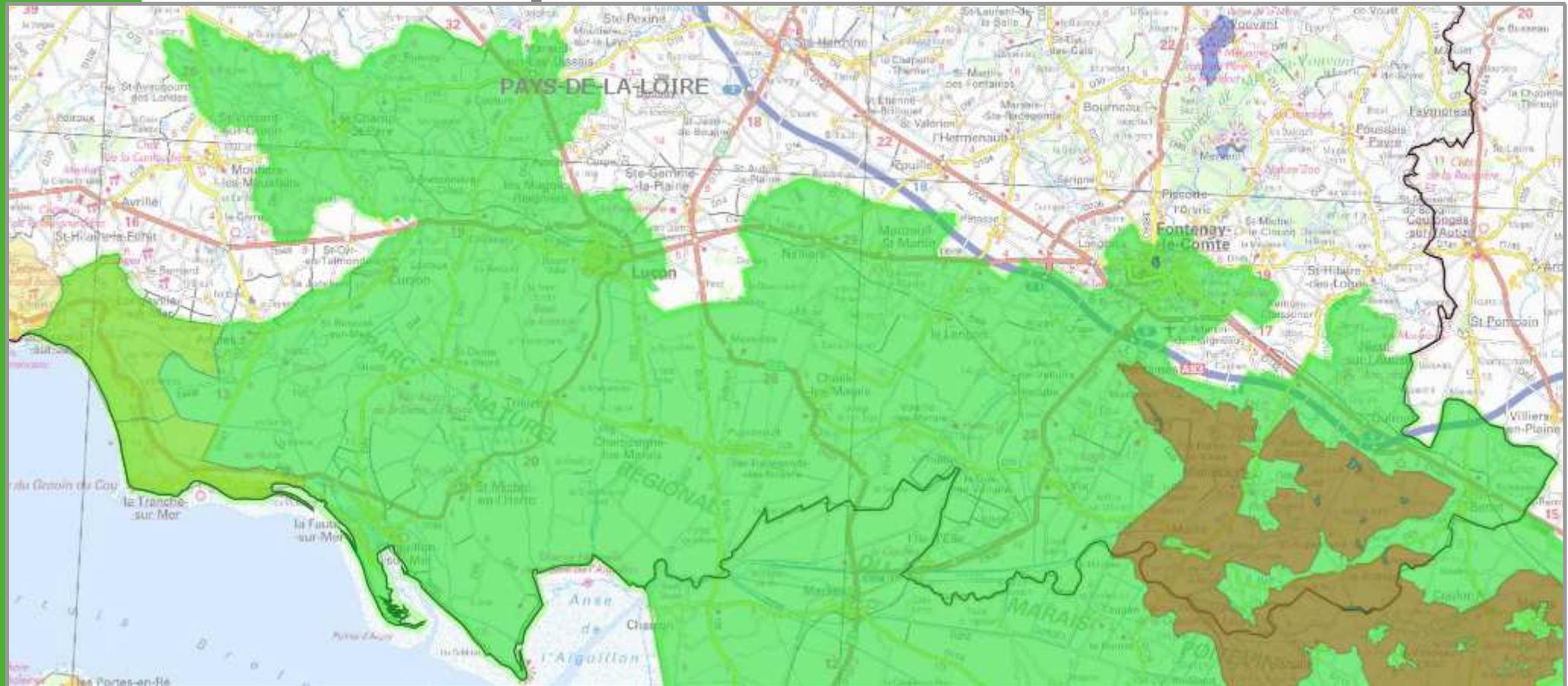
L'application de la réglementation de la publicité dans un parc naturel régional

Le PNR du Marais poitevin a été labellisé le 21 mai 2014

→ un délai de mise en conformité pour les dispositifs publicitaires existant de 2 ans.

21 mai 2016 : interdiction de la publicité (préenseigne et publicité) en agglomération sur le territoire du PNR. La publicité pourrait être réintroduite dans certains secteurs définis dans le cadre d'un règlement local de publicité (en dehors du site classé où l'interdiction est absolue).

La mise en place de la réglementation de la publicité dans le PNR



■ Parcs Naturels Régionaux PNR
en Pays de la Loire

■ Sites Classés en Pays de la
Loire

■ communes soumises aux
Règlements Locaux de Publicité

L'application de la réglementation de la publicité dans un parc naturel régional – les enseignes

Elles sont soumises à autorisation .

En site classé (le marais mouillé poitevin a été classé en 2003), l'accord du préfet de région est sollicité (rôle de l'inspecteur des sites), et de l'ABF si l'enseigne est en toiture.

La réglementation dans un parc naturel régional – les enseignes temporaires

Exemple d'enseigne temporaire

Pour tout nouveau dispositif depuis mai 2014 : Soumis à autorisation dans les secteurs types abords de MH, sites classés (L.581-4), et si elles sont scellées au sol dans les lieux mentionnés au L.581-8 (exemple : parc naturel régional).



La mise en place de la réglementation de la publicité dans le PNR

Une stratégie régionale a été mise en place avec les DDT(M) et la DREAL pour :

- Améliorer l'instruction des demandes d'autorisation et coordonner les actions de police
- Accompagner les collectivités dans la mise en place de la réforme : opérations de communication et conseils sur la mise en place des règlements locaux de publicité

Contacts :

- le référent départemental de la DDTM 85
- l'inspectrice des sites pour les communes du site classé du marais mouillé poitevin

La mise en place de la réglementation de la publicité dans le PNR – le rôle de l'Etat

➤ Déclarations préalables et demandes d'autorisation : sur le territoire du PNR = compétence du préfet de département sauf pour les communes couvertes par un RLP.

L'interlocuteur privilégié des communes est la DDTM85.

Des Cerfa spécifiques existent, et sont téléchargeables sur le site internet de la DREAL rubrique publicité.

Actions de police administrative

Exemple d'opérations engagées sur le PNR :

- Fin des préenseignes dérogatoires (réforme 13/07/2015)
 - Fontenay-le-Comte
 - Luçon

- Procédure amiable : 80 % des dispositifs déposés

AVANT

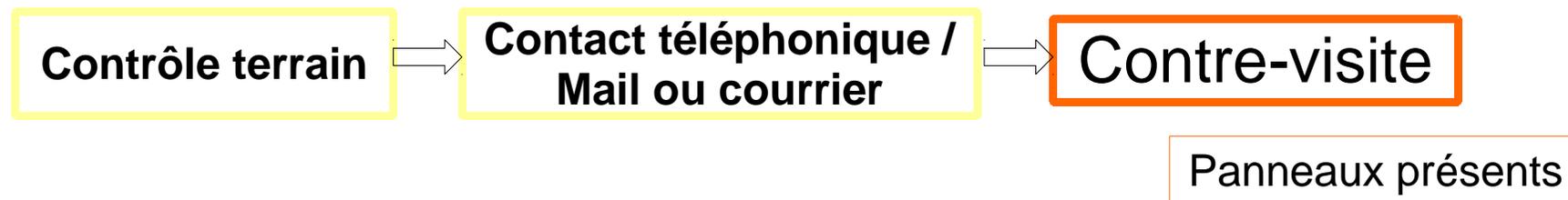


APRES

Actions de police administrative

Procédure mise en œuvre (DDTM)

Phase Amiable

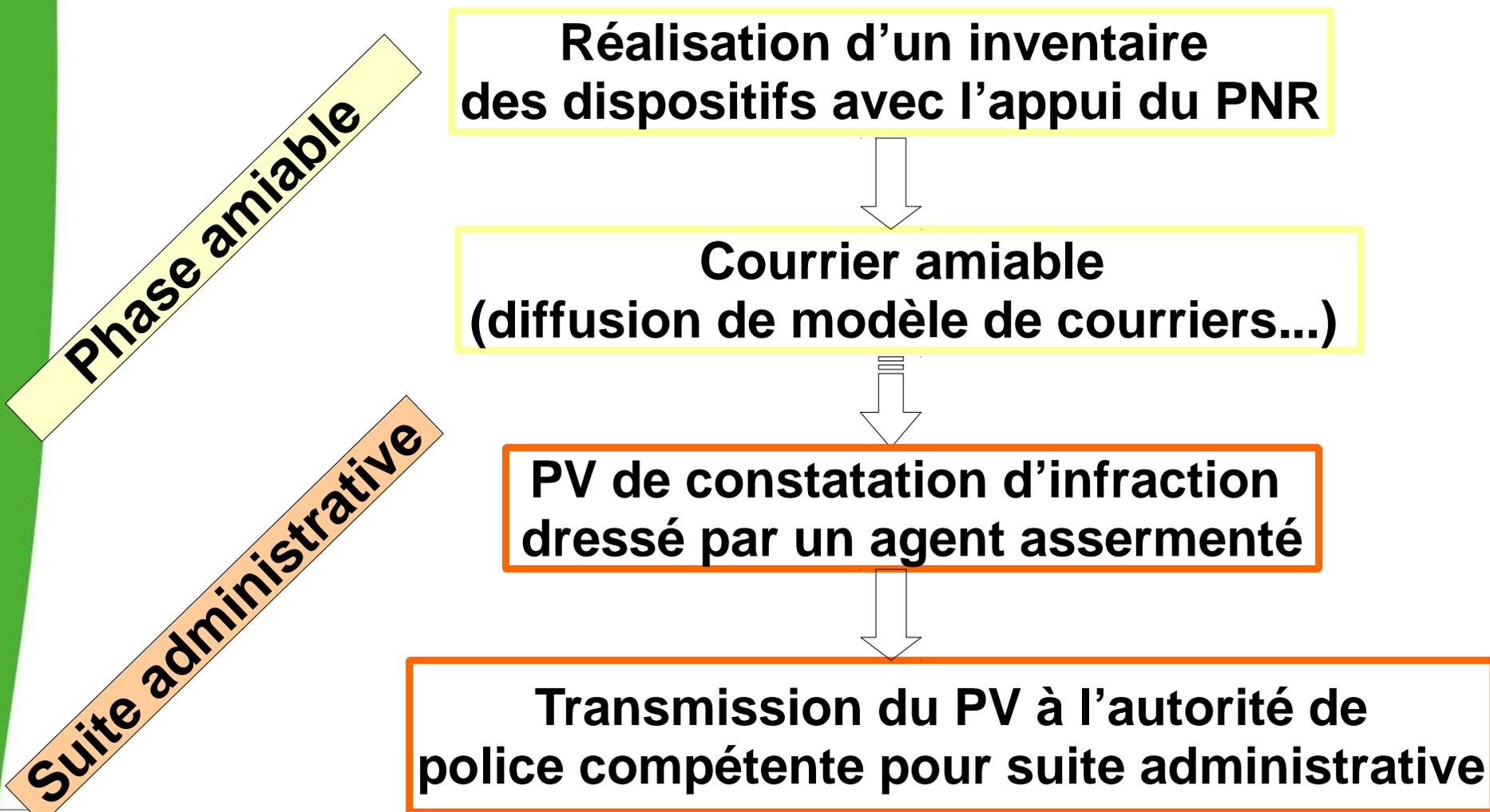


Procédure administrative



Actions de police administrative

Procédure mise en œuvre (Collectivités)



Règlement Local de Publicité

Rôle de l'État

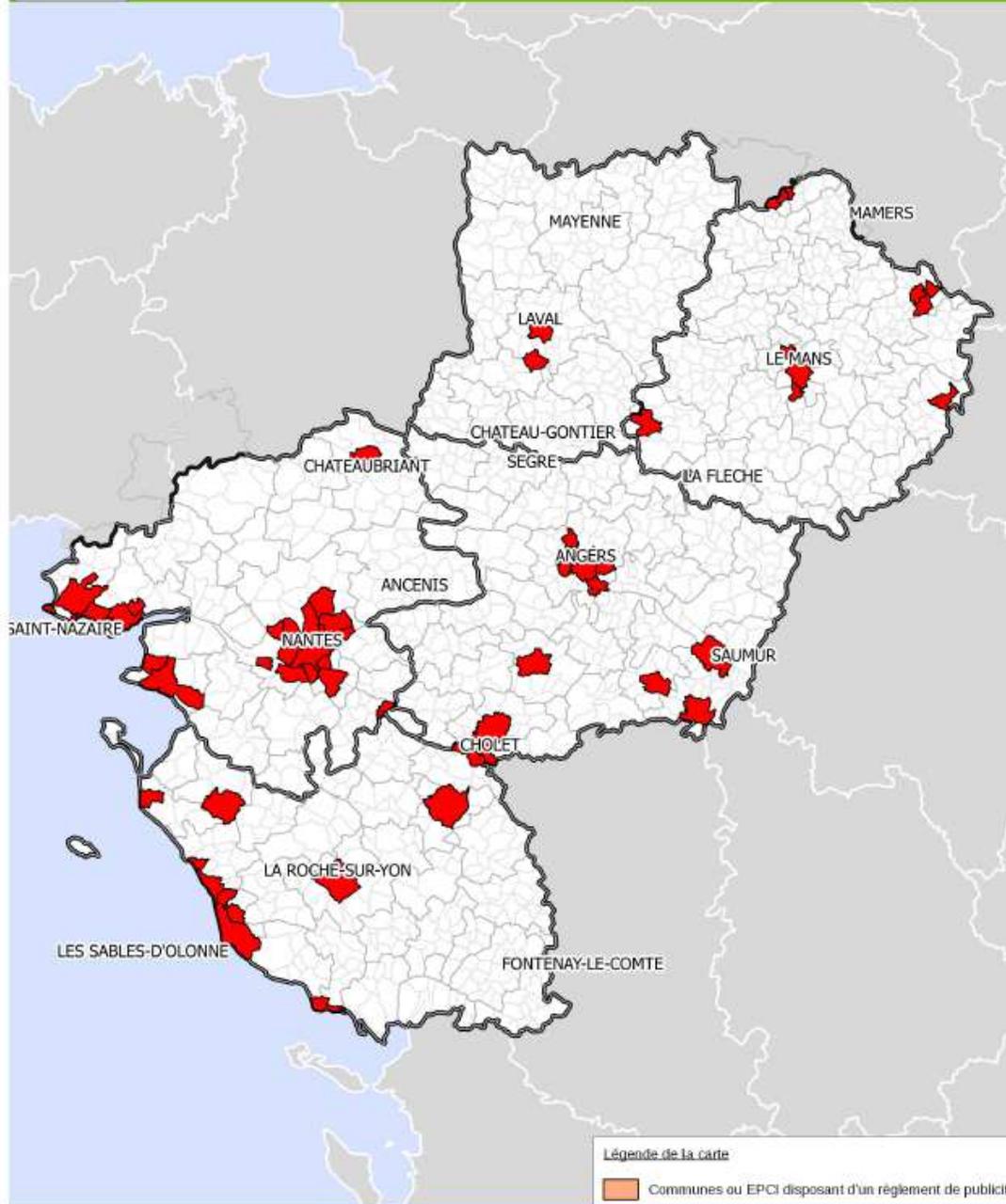
- **Outil d'adaptation** aux spécificités du territoire aux forts enjeux : pôles urbains – zones avec de fortes pressions touristiques
- Réintroduction maîtrisée et motivée de la publicité en agglomération
- Contrôle de l'implantation des enseignes
- Transfert du pouvoir de police du préfet au maire
- Compatibilité du RLP avec la charte du PNR



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

Lorsque les communes n'ont pas de R.L.P., le préfet de département est compétent pour la police de la publicité, l'instruction des déclarations préalables et des demandes d'autorisation

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

Source :
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

La signalisation routière : une réponse aux besoins de localisation des services et des activités

- Réponse aux besoins de localisation des services et des activités répondant au code de la Route



- Les panneaux routiers standards avec l'exemple de la signalisation directionnelle avec idéogramme (type D-MH)

La signalisation routière : une réponse aux besoins de localisation des services et des activités

- La signalétique de jalonnement est du ressort du gestionnaire de la voirie.



La signalisation routière : une réponse aux besoins de localisation des services et des activités



Le relais d'information service (RIS)



La signalisation d'information locale (S.I.L.)

La mise en place de la réglementation de la publicité dans le PNR - synthèse

Actions concertées entre :

- les collectivités territoriales,
- le PNR,
- les services de l'État.

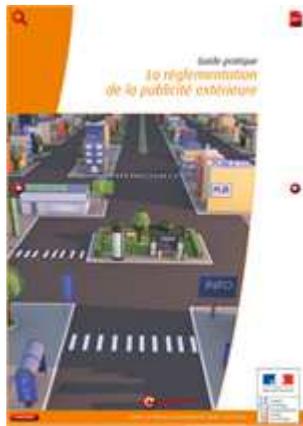
Objectifs des actions concertées :

- Mise en valeur des paysages du PNR,
- Diminution de la pression de l'affichage publicitaire,
- Opportunité de repenser la signalisation des activités et des services du territoire (dispositifs de signalisation routière).

Pour en savoir plus



Le guide publicités, enseignes
préenseignes du CAUE 85



Le guide du ministère sur la
réglementation de la publicité,
accessible sur le site de la
DREAL Pays de la Loire