

Mise en place de la réforme de l'affichage publicitaire en région Pays de la Loire

Réunion du 15 juin 2016
Présentation de la DREAL



Publicité et paysage



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

Publicité et paysage



« on a constaté une progression générale de la pression publicitaire souvent liée à l'évolution de l'urbanisation, notamment aux entrées de ville » Rapport Dupont 2009

Publicité et paysage



Un fort impact visuel du parc publicitaire car situé dans les lieux les plus visibles et les plus stratégiques



La question du rapport d'échelle entre le lieu et l'enseigne est posée

Les évolutions de la législation

Loi interdisant la publicité de plus de 3 m² hors agglomération, permettant au préfet de fixer des règles locales, et introduisant les préenseignes dérogatoires

12 avril
1943

Création Ministère de l'environnement

Loi relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes

Vise à permettre liberté d'affiche tout en assurant la protection du cadre de vie

29 décembre
1979

Loi portant engagement national pour l'environnement

Art L581-1 à 45

12 juillet
2010

Décret n°2012-118

Art R581-1 à 88

Entrée en vigueur de la loi 1er juillet 2012

30 janvier
2012

Relative inefficacité de la loi

Prise en compte de la politique du paysage

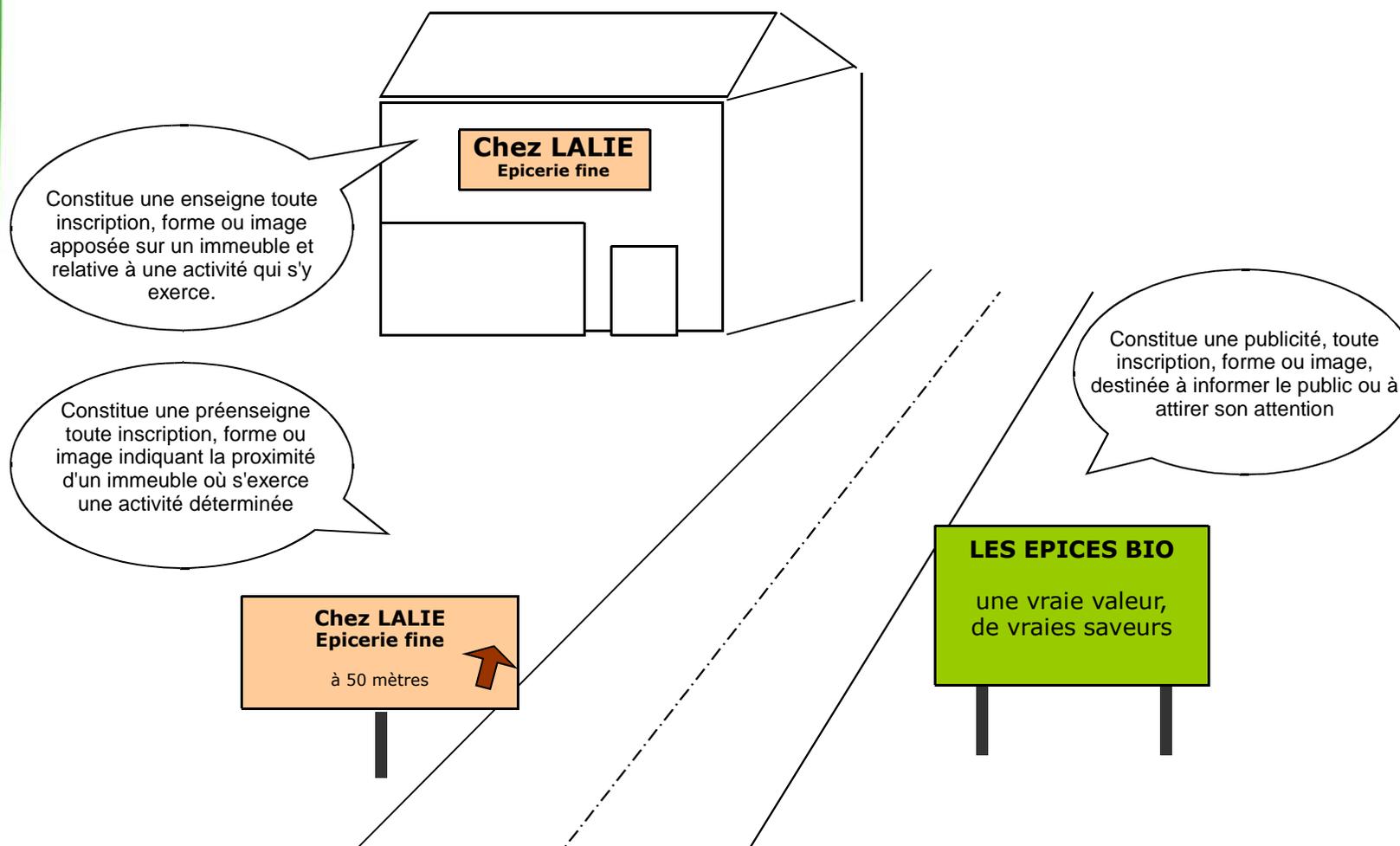
Relative inefficacité de la loi

Bilan de la loi de 1978:

- perçue comme trop complexe
- Difficultés à faire appliquer la loi
- exploitation insuffisante des déclarations

**REFORME:
Comment repenser l'application de la loi?**

Quelques définitions et rappels préalables



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 :

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...)

➤ La prise en compte du développement de nouveaux supports de publicité

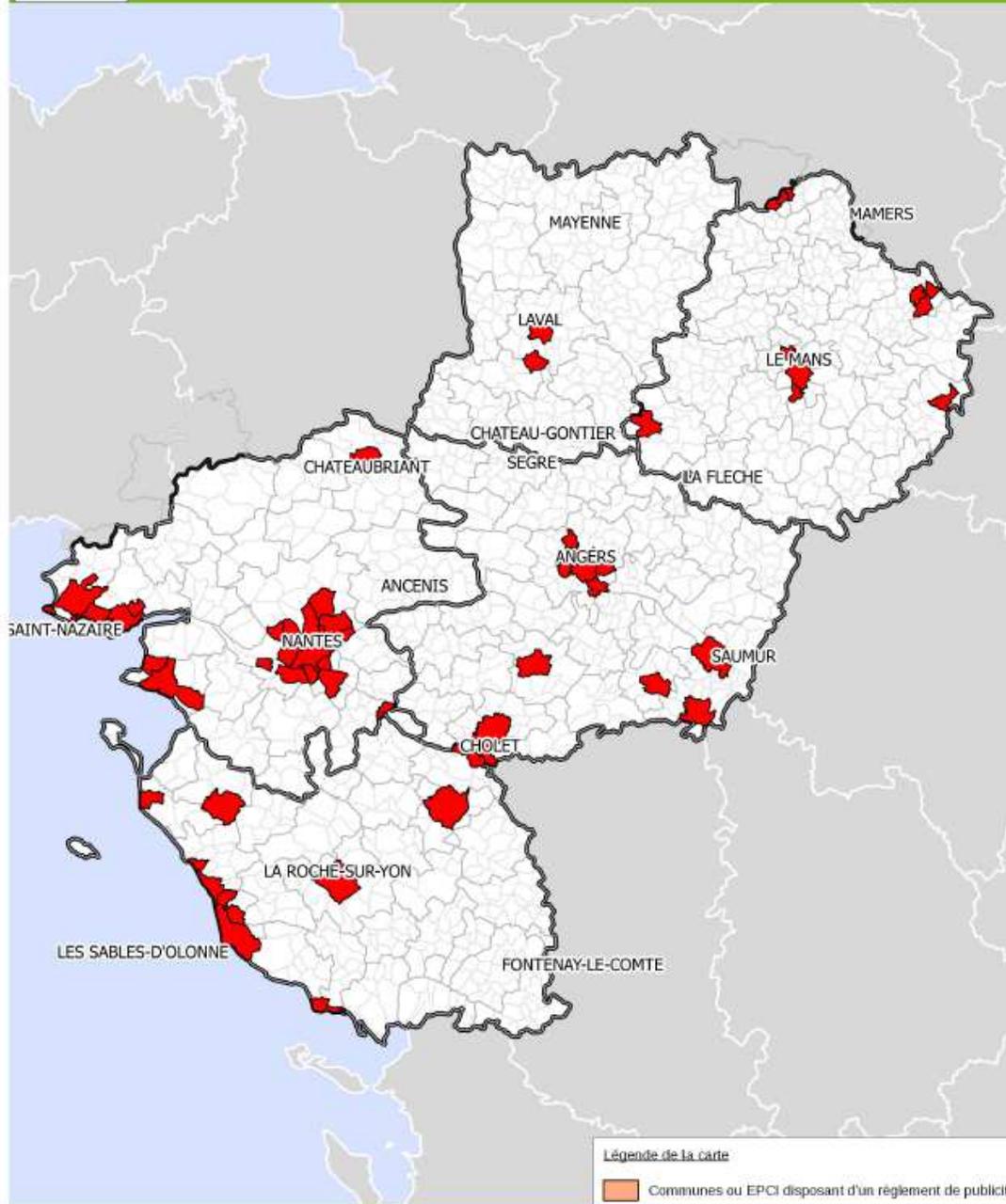
➤ Une nouvelle répartition des compétences entre les communes et l'État



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

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

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.

La réforme nationale du régime des préenseignes dérogatoires

Ces dispositifs sont autorisés hors agglomération (en dehors de certains secteurs protégés comme les sites classés pour signaler :

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

Constat = La majorité des dispositifs illégaux dans la région sont des préenseignes dérogatoires



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 mise en place de la réglementation de la publicité en Pays de la Loire

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
- Le référent régional en DREAL

AVANT



APRES

L'exemple de la mise en œuvre de la réforme dans le Maine et Loire



Conseiller les territoires pour une meilleure qualité de la signalisation

Pour une plus grande qualité du cadre de vie

avec enseignes/pré-enseignes en bord de route ↓

Deux entrées de zone

sans enseignes / pré-enseignes en bord de route ↓



Extrait d'une présentation du CAUE de la Drôme

Conseiller les territoires pour une meilleure qualité de la signalisation

Pour l'engagement d'une réflexion plus large sur la signalisation des activités et des services des territoires



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



Panneau de type H20 pour indiquer des itinéraires touristiques – ex ici de H22



Panneau de type H30 : donne des indications culturelles et d'intérêt général

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)

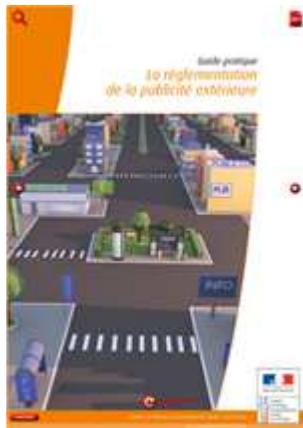


La signalisation d'information locale (S.I.L.)

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

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.