

Stratégie régionale sur la publicité

Mise en place de la réglementation
publicité en Vendée
1^{er} décembre 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



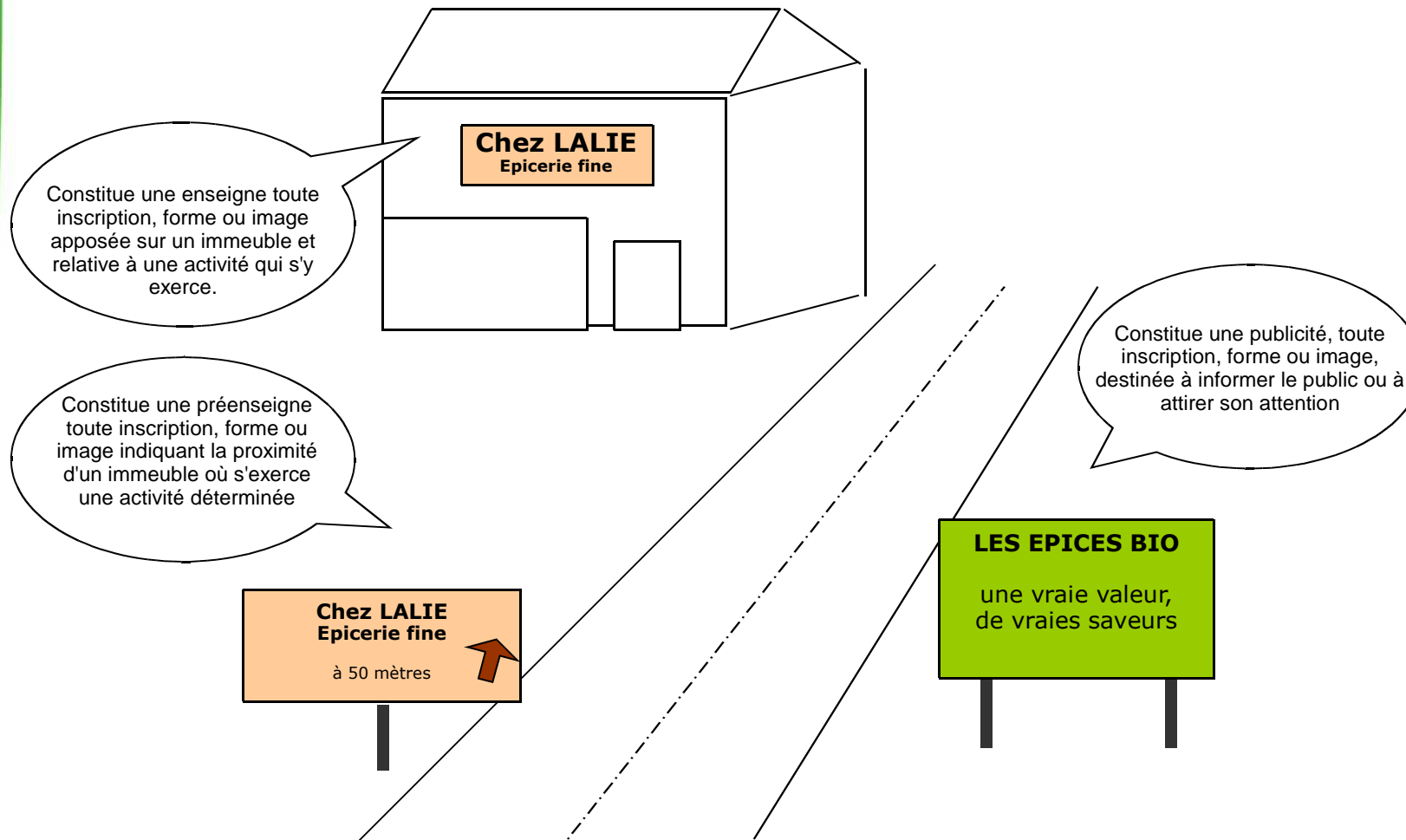
Publicité et paysage



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

1 - La limitation et l'encadrement de l'affichage publicitaire

2 - La diversification et le développement de nouveaux supports de publicité

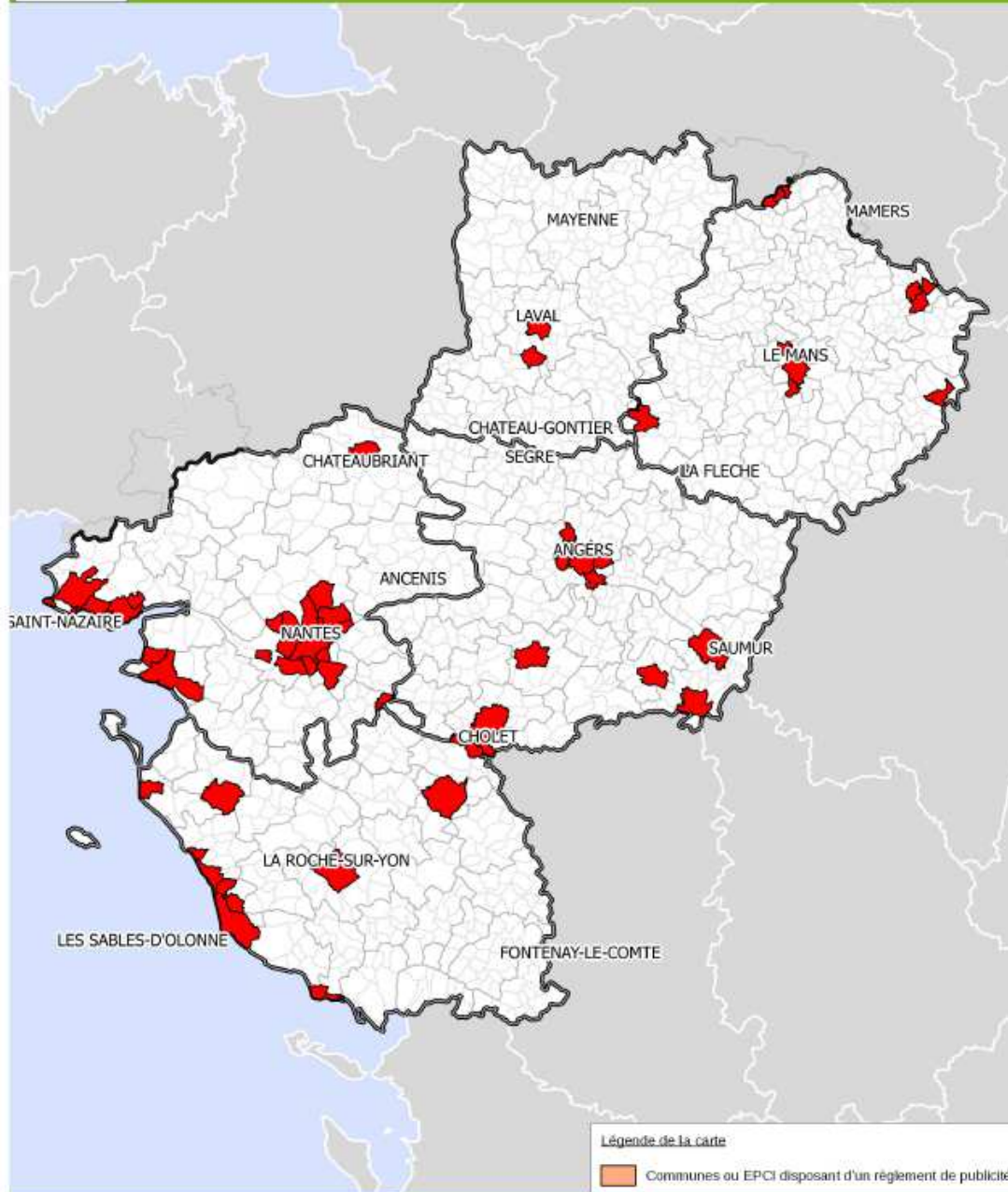
3 - Une nouvelle répartition des compétences entre les communes et l'État



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 :
RIGN, 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

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

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...). Dans un certain nombre de cas les enseignes sont soumises à autorisation (secteurs protégés, en toiture ou en terrasse, enseignes lasers...).

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.

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

Une stratégie qui se décline au niveau départemental

- Information des élus et des professionnels : organisation de réunions avec la DDTM, diffusion d'une plaquette d'information, conseil aux collectivités en matière de RLP.
- Mise en place d'un travail avec l'ensemble des partenaires pour appliquer la réforme
- Réalisation d'actions de police – actions engagées sur les axes autour de Luçon et Fontenay le Comte

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.

Zoom sur les préenseignes temporaires

- Deux catégories :
 - Les préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois
 - Les préenseignes installées pour plus de trois mois qui signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation...

Zoom sur les préenseignes temporaires

Durée : installation trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation

Règles d'implantation :

- Dans une agglomération de plus de 10 000 habitants et dans les agglomérations de moins de 10 000 appartenant à une unité urbaine de + de 100 000 habitants, même réglementation que les publicités
- Dans les autres agglomérations et hors agglomération, dimension d'1m sur 1m50.

Zoom sur les préenseignes temporaires

- Constat en Vendée : Ces dispositifs sont interdits dans les lieux d'interdiction de la publicité, sites classés, PNR, AVAP....

Besoin de diffuser l'information sur cette réglementation.

Existence de dispositif hors agglomération de 8m², 12m² ...




Exemple en Mayenne

Zoom sur les enseignes temporaires



Zoom sur les enseignes temporaires

- Deux catégories :
 - Les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois
 - Les enseignes installées pour plus de trois mois qui signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation...



Soumises 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).

Zoom sur les pré-enseignes dérogatoires

Une nouvelle réglementation en vigueur depuis le 13 juillet 2015

Implantation Type d'activité	Hors agglomération et hors L 581-4	Au sol en agglomération de moins de 10 000 hab, hors unité urbaine de plus de 100 000 hab. hors L 581-4 et L 581-8	Distance de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où s'exerce l'activité
Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	2 au maximum	0	5 km maximum
Activités culturelles	2 au maximum	0	5 km maximum
Monuments historiques ouverts à la visite	4 au maximum	0	10 km maximum
À titre temporaire, opérations et manifestations exceptionnelles	4 au maximum		5 km maximum

Zoom sur les pré-enseignes dérogatoires

Format : maximum d'1 m en hauteur sur 1,50m en largeur

Nombre : 4 pour les MH, sites inscrits classés ouverts au public

2 pour les autres préenseignes dérogatoires

Implantation : pas à + de 5km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité (10km pour MH)

Signalisation routière, dispositifs publicitaires et mobiliers urbains

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)

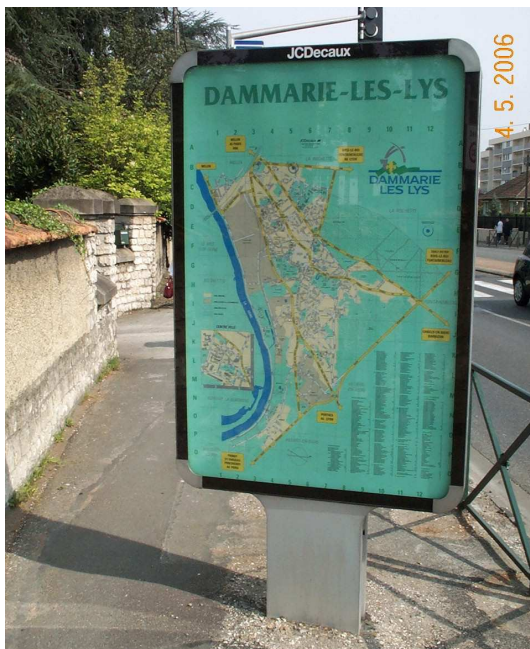


Signalisation routière, dispositifs publicitaires et mobiliers urbains

Catégorie de mobilier urbain support de publicité (art R.481-47)

les mobiliers urbains supportant des informations:

- à caractère général ou local,
- ou des œuvres d'art.



Possible dans agglomération de moins de 10 000hab
car moins de 2m² de pub ou hauteur inférieure à 3m

Le mobilier urbain comme support de publicité

	Hors agglo	Agglo -10 000 habitants*	Agglo +10 000 habitants	Emprise d'un aéroport dont le flux est supérieur à 3million de voyageurs
Abris destinés au public	interdit	2m ² unitaire 2m ² +2m ² par tranche entière de 4,5m ² de surface abritée au sol		
kiosque	interdit	2m ² unitaire, 6m ² total		
Colonne porte affiche	interdit	2m ²		
Mats porte affiche	interdit	2m ² recto, 2m ² verso		
Mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaire... non numérique	interdit	2m ²	12m ²	50m ²
Mobilier destiné ... numérique	interdit	2m ²	8m ²	50m ²

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

Les panneaux routiers standards



Signalisation directionnelle standard avec idéogramme (type D-MH)

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

Signalisation d'indication et de service (type CE)



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

Le Relais d'informations et de services (R.I.S)



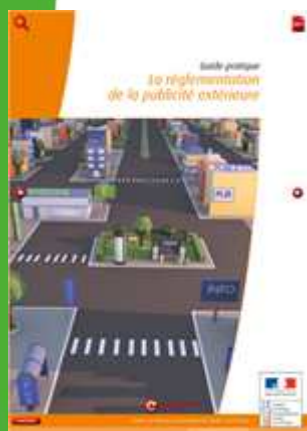
Signalisation d'information locale (S.I.L)



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

Un référent départemental à la DDTM 85
Service eau risques et nature
Division nature et biodiversité