



Stratégie régionale sur la publicité extérieure en région Centre-Val de Loire 2018-2020

Version validée en pré-CAR du 10 avril 2018



DIRECTION RÉGIONALE
DE L'ENVIRONNEMENT,
DE L'AMÉNAGEMENT
ET DU LOGEMENT

CENTRE-VAL DE LOIRE



Stratégie régionale sur la publicité extérieure en région Centre-Val de Loire

2018-2020

Table des matières

I - CADRAGE ET MÉTHODE D'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE RÉGIONALE	8
A - Connaissance du tissu d'acteurs.....	8
a) Les services de l'Etat.....	8
b) Les collectivités locales.....	9
d) Les entreprises et organisations professionnelles.....	12
e) Les associations agréées (au sens du L. 141-1 du code de l'environnement).....	12
f) Le grand public.....	12
B - Connaissance des dispositifs d'incitations financières.....	13
C - Connaissance du contexte de ce secteur économique.....	13
D - Connaissance du parc existant de dispositifs publicitaires.....	13
II - ANALYSE DES MOYENS ET COMPÉTENCES INTERNES EN DREAL et DDT.....	14
A - Les moyens humains.....	14
B - Les compétences internes.....	14
C - Les formations à la réglementation de la publicité (code de l'environnement).....	14
III - PRIORITÉS D'INTERVENTIONS ET ACTIONS STRATÉGIQUES.....	15
A - Enjeux.....	15
B - Dispositif de mise en réseau et d'animation régionale.....	15
C - Cinq priorités principales.....	15
D - Liste des fiches actions.....	15
Priorité 1 : identifier, mettre en réseau, animer et échanger au sein de l'Etat.....	17
Priorité 2 : sensibiliser et motiver les élus à s'engager dans des actions.....	19
Priorité 3 : élaborer une méthode de diagnostic allégé de sites, d'axes, ou de secteurs.....	21
Priorité 4 : partager la connaissance des acteurs et les bonnes pratiques.....	22
Priorité 5 : développer la rigueur nécessaire au travail de police et au contentieux induit.....	24
Annexe 1 : la situation des DDT en septembre 2017 (région Centre-Val de Loire).....	26
Annexe 2 : mode opératoire entre DDT et ABF dans le Loiret (45).....	28
Annexe 3 : le plan de gestion du Val de Loire UNESCO Patrimoine Mondial.....	29
Annexe 4 : liste des communes de plus de 10 000 habitants en région Centre-Val de Loire.....	30
Annexe 5 : liste des documents partageables.....	31
Annexe 6 : les questions de l'enquête DGALN pour faire le bilan 2015 et 2016.....	33
Annexe 7 : sites à enjeux.....	40
Annexe 8 : glossaire.....	41
Annexe 9 : photos avant/après.....	42

Avertissement

Le présent document définit une stratégie 2018-2020 sur la publicité extérieure au sens du code de l'environnement.

Il applique diverses instructions du gouvernement relatives à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des pré-enseignes.

Il conserve les cinq priorités ayant inspiré la précédente stratégie régionale 2014-2016.

Il concerne des postures ou administrations différentes.

Il propose une poursuite de la consolidation des pratiques des services, et un programme d'actions.

PREAMBULE

Le contexte

La publicité par voie d'affichage a envahi l'espace urbain et routier. De l'enseigne sur devanture au mobilier urbain, aux grandes affiches et aux annonces le long des voies à grande circulation, la publicité est partout. C'est un objet qui participe au paysage, urbain ou rural, mais c'est aussi une « industrie » en soi avec son chiffre d'affaires et un vecteur pour déclencher l'achat. Ses formes se sont considérablement diversifiées, avec les affiches mobiles, déroulantes, lumineuses, les bâches, et toutes sortes de signalétiques et pré-enseignes.

Au nom de la sécurité routière, puis de la préservation des paysages, le législateur a cherché à encadrer cette activité, utile mais souvent trop agressive, en permettant sa modulation selon la sensibilité des espaces.

La réponse réglementaire

La loi du 12 juillet 2010 (dite « Grenelle 2 ») portant engagement national pour l'environnement a réformé profondément le régime de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes (articles 36 à 50).

Le décret portant réglementation nationale de la publicité extérieure, des enseignes et des pré-enseignes a été publié le 31 janvier 2012. L'objet du décret était la mise en œuvre des principes fondateurs de la réforme et notamment ces 3 objectifs :

- une amélioration du cadre de vie, notamment des entrées de ville, avec une limitation et un encadrement de l'affichage publicitaire (réduction de la pollution visuelle, mise en valeur des paysages et du patrimoine, extinction lumineuse et économies d'énergie...)
- une nouvelle répartition des compétences entre les collectivités territoriales et l'Etat (simplification et clarification des procédures, rationalisation des coûts, déploiement des Règlements Locaux de Publicité, ...)
- une diversification et un développement de nouveaux supports de publicité (création d'un nouveau régime d'autorisation pour les bâches, promotion d'innovation technologique notamment écrans numériques, ...).

L'ensemble des prescriptions du décret constitue un outil efficace pour les préfets de département et les élus dans leur politique d'amélioration du cadre de vie et des paysages.

Les principaux points de la réforme de la publicité

Cette loi de 2010 et ce décret de 2012 introduisent de nouveaux concepts ou confirment des règles, comme le maintien de l'interdiction de la publicité hors agglomération, ou des précautions de format, de densité, d'emplacement...

Le décret réduit la plupart des formats de 16m² à 12m² afin de les rendre plus compatibles avec le cadre de vie et de réduire les pollutions visuelles.

Le décret prévoit également une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux. Celle-ci est instaurée pour limiter le nombre de dispositifs admis sur le domaine privé et public et vise surtout les entrées de ville.

Un nouveau régime d'autorisation au cas par cas pour 8 ans est créé pour les bâches publicitaires. Le décret d'application encadre et définit ce régime. Il définit également les règles pour la publicité apposée sur les bâches de chantier.

Pour les publicités lumineuses, des mesures d'extinction (entre 1 h et 6 h du matin) des dispositifs sont fixées par le décret et des seuils de luminances ont été annoncés (mais non publiés) afin de réduire la consommation d'énergie et les nuisances visuelles.

Diverses non-conformités résiduelles à la loi du 12 juillet 2010 sont tolérées au travers de plusieurs échéances progressives jusqu'en 2020.

Les réglementations locales élaborées par les établissements publics de coopération intercommunale ou par les communes ont vocation à être plus restrictives que la règle nationale (sauf dérogations).

Cette modification a pour effet de rationaliser les réglementations publicitaires, avec une règle nationale les encadrant de manière homogène, lisible et plus forte sur le plan qualitatif, tout en permettant le déploiement, et à terme la généralisation, de Règlements Locaux de Publicité intercommunaux (RLPi) adaptés aux territoires et aux spécificités particulières du cadre environnant. Enfin, les RLP (i) sont rapprochés des documents d'urbanisme (notamment les PLU et PLU intercommunaux) en termes de contenus et de procédures. Il s'agit en effet de promouvoir une planification raisonnée et maîtrisée de la publicité et des enseignes au service des territoires et des élus.

La loi renforce la capacité des collectivités à s'engager dans cette thématique ; elles peuvent en effet élaborer un RLP. Une fois ce RLP approuvé, la collectivité devient l'autorité de police en la matière. Ce RLP peut être intercommunal.

Si les collectivités peuvent être en première ligne pour la mise en œuvre de la police de ce domaine, le Préfet est tenu de s'y substituer en cas de carence ; en 2013, l'Etat a été ainsi condamné pour ne pas s'être substitué au maire de Le Blanc. Un tel jugement n'est pas isolé.

De plus, les signalements à l'État de dispositifs illégaux, qui traditionnellement étaient le fait d'associations nationales spécialisées sur la publicité, peuvent venir aussi de professionnels, concurrents entre eux. Ce contexte invite donc à être plus présent sur ce thème et à coordonner l'action de terrain afin de renforcer la fiabilité juridique des interventions des services.

La mise en œuvre opérationnelle.

Depuis le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure aux enseignes et aux pré-enseignes, les DDT ont :

- désigné le service compétent au titre de la publicité, et assuré le lien avec les professionnels et collectivités locales, notamment dans le cadre des nouvelles dispositions et procédures ;
- accompagné des collectivités compétentes dans l'élaboration de leur règlement local de publicité (RLP ou RLP intercommunaux) ;
- renforcé des opérations de police à l'encontre des dispositifs en infraction ;
- commencé à effectuer une évaluation de l'application des nouvelles dispositions réglementaires et des actions engagées (état d'avancement des RLP, bilans et statistiques, difficultés rencontrées, éléments facilitateurs).

Le niveau régional exerce des missions de pilotage, de coordination et d'animation, permettant d'échanger sur les procédures, et de travailler en coordination avec les services en charge des politiques de planification et de paysage.

Le « sujet » publicité relève aujourd'hui de l'action 1 du BOP 113 (Paysages, Eau et Biodiversité) et de sa « feuille de route » et de divers documents, annuels ou pas, ainsi que des priorités des DDT.

La publicité est une mission à part entière de l'action de l'Etat en matière de préservation du paysage au quotidien.

Ce sujet a été clairement identifié dans le dimensionnement des effectifs (démarche BBZ).

La mise en réseau d'acteurs se développe et des outils sont mis en place.

Le site Intranet du ministère (DGALN) comporte divers supports techniques dont par exemple :

- Foire Aux Questions (outil méthodologique pratique à l'usage des services déconcentrés de l'Etat), réseau publicité, janvier 2014, 169 pages,
- Guide pratique (la réglementation de la publicité extérieure), manuel pour l'instructeur publicité, février 2014, 251 pages,
- Notice technique (annexe de l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des pré-enseignes), 56 pages.

Le site Internet du ministère en charge de l'environnement donne des repères :

<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/reglementation-publicite-enseignes-et-preenseignes>

Une liste indicative de documents partageables figure en annexe 5.

Un petit échantillon de la diversité des situations



Aucun végétal n'émerge véritablement ci-dessus.

Crédit Photo DREAL



A l'inverse, un grand format publicitaire émerge d'un agréable bosquet végétal,
au croisement de passages-piétons.

Crédit Photo DREAL

I - CADRAGE ET MÉTHODE D'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE RÉGIONALE

A - Connaissance du tissu d'acteurs

a) Les services de l'Etat

Au niveau national, le bureau « paysage et publicité » de la DGALN-DHUP porte la politique, prépare les directives et les supports techniques, administre une messagerie spécifique dédiée aux échanges entre agents et experts, notamment ceux actifs dans les groupes de travail nationaux. Un guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure a été distribué aux services et sa version électronique mise en ligne.

Une enquête nationale de bilan annuel des DDT se renouvelle (le dernier questionnaire DGALN est en annexe 6 à titre d'exemple). Un réseau dédié à la formation sur ce domaine fonctionne (dont CVRH de Tours).

Au niveau régional, l'élaboration du précédent plan d'actions 2014-2016 basé sur cinq priorités avait été demandée en CAR le 19 décembre 2013. Ses priorités étaient les suivantes :

- identifier, mettre en réseau, animer et échanger au sein de l'État,
- sensibiliser et motiver les élus à s'engager dans des actions,
- élaborer une méthode de diagnostic allégé de sites, d'axes, ou de secteurs,
- partager la connaissance des acteurs, enjeux, et bonnes pratiques,
- développer la rigueur nécessaire au travail de police de la publicité et au contentieux induit.

Au sein de la DREAL Centre-Val de Loire, le SBLAD (Service Bâtiment Logement Aménagement Durables) est chargé d'une animation régionale.

Au niveau départemental, chaque DDT a désigné un service compétent au titre de la mise en œuvre opérationnelle de la législation relative à la publicité. Les architectes et paysagistes-Conseils des DDT peuvent être mobilisés. L'annexe 1 donne la situation des six DDT.

Par ailleurs, chaque Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites (CDNPS) comporte aussi une formation spécialisée dite « de la publicité ».

Dans leur travail d'instruction ou de gestion des déclarations préalables et des demandes d'autorisation, les DDT sont amenées à recevoir deux modèles CERFA :

- n° Cerfa 14798*01 pour une demande d'autorisation préalable de nouvelle installation de remplacement de modification d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité ou une pré-enseigne ou une enseigne,
- n° Cerfa 14799*01 pour une déclaration préalable de nouvelle installation de remplacement de modification d'un dispositif ou d'un matériel supportant de la publicité ou une pré-enseigne.

Par l'intermédiaire des UDAP, la DRAC contribue ainsi à ce dispositif de mise en œuvre d'une politique ambitieuse et coordonnée au niveau des six départements. Les DDT sont souvent conduites à consulter les UDAP, également impliquées. Un exemple de mode opératoire départemental (45) figure en annexe 2.

b) Les collectivités locales

Pour améliorer la qualité du cadre de vie et des paysages, les collectivités locales peuvent prendre la compétence «Publicité» sachant qu'un RLP (ou RPLi) s'élabore comme un PLU (PLUi) en termes de procédures, et prendre ainsi la responsabilité en matière de gestion et de police des dispositifs implantés sur leur territoire.

Fin 2013, en Région Centre-Val de Loire, il existait une quarantaine de RLP communaux et RLP intercommunaux, tous de première génération, sauf à Blois, première commune à avoir adopté sa révision de RLP, le 16 décembre 2013, selon les nouvelles modalités fixées par la loi du 12 juillet 2010 (RLP de 2^{ème} génération).

Département	Situations des collectivités (au 31 décembre 2013)
18	0 RLP intercommunal 6 RLP communaux à Bourges, Saint-Amand-Montrond, Mehun-sur-Yevre, Saint-Doulchard, Saint-Germain du-Puy, Aubigny-sur-Nère
28	2 RLP intercommunaux (Dreux-Vernouillet) et (Nogent-le-Rotrou, Champrond-en-Perchet, Margon, Souancé-au-Perche, Saint-Jean-Pierre-Fixte). 1 RLP communal à Chartres
36	0 RLP intercommunal 3 RLP communaux à Châteauroux, Le Blanc, Argenton sur Creuse
37	2 RLP « intercommunaux » sur les cantons de Vouvray et d'Amboise. 14 RLP communaux à Chinon, Chambray-les-Tours, Champigny-sur-Veude, Fondettes, Joué-les-Tours, La Membrolle-sur-Choisille, Montbazou, Montlouis-sur-Loire, Monts, Notre-Dame-d'Oé, Saint-Avertin, Saint Cyr-sur-Loire, Veigné, Tours. Pour mémoire, le RLP de Langeais a été abrogé.
41	0 RLP intercommunal 3 RLP communaux à Blois (révision du RLP adoptée le 16 décembre 2013), Vendôme, Romorantin-Lanthenay
45	2 RLP intercommunaux (Amilly, Montargis), et (Boigny-sur-Bionne, Chécy, Mardié, Marigny-les-Usages, Saint-Jean-de-Braye). 10 RLP communaux à Dordives, Fleury-les-Aubrais, La-Chapelle-Saint-Mesmin, La-Ferté-Saint-Aubin, Olivet, Orléans, Pithiviers, Saran, Saint-Jean-de-la-Ruelle, Saint-Jean-le-Blanc.
Total	6 RLP « intercommunaux » 37 RLP communaux 69 communes couvertes au total en région Centre-val de Loire

D'autres communes ou EPCI ont depuis engagé, voire finalisé, la démarche d'élaboration ou de révision de leur RLP(i).

**Exemples de démarches d'élaboration ou de révision de RLP ou RLP intercommunal
avant le 31 août 2017 (aucune en dép. 18)**

Départ.	Nom de la collectivité	Calendrier (prévisionnel le cas échéant)
28	Chartres	Prescription de la révision du RLP communal de Chartres par délib du 30/03/2015 (pas de RLPi).
36	CA de Châteauroux *	Délibération de principe 18/12/2015, puis délibération 24/03/2017 prescrivant élaboration du RLPi et concertations.
36	Communauté de Communes Brenne-Val de Creuse *	RLP intercommunal prescrit et en cours d'élaboration
37	Veigné	Approbation 25/11/2016 du RLP communal
37	Plusieurs communes dont Tours, Joué-les-Tours, Chambray-les-Tours	Révisions engagées mais obligation de passer en RLPi, la Métropole de Tours étant devenue compétente.
41	Blois	Révision du RLP de Blois adoptée le 16 décembre 2013
45	CA de Montargis *	Prescription RLPi le 28 mai 2015, présentation du diagnostic 14 mars 2016 ; approbation RLPi en 2019 ?
45	Saint-Ay	Prescription RLP 27 février 2017

* En juin 2017, trois EPCI ont été lauréats de l'Appel à Projet RLPi 2017 de la DGALN :

- Communauté d'Agglomération de Châteauroux en 36,
- Communauté de Communes Brenne-Val de Creuse en 36,
- Communauté d'Agglomération de Montargis en 45

Par ailleurs, les Conseils Départementaux en tant que gestionnaires de voirie départementale sont particulièrement concernés par les Signalisations d'Information Locale (SIL) et les pré-enseignes dont le contenu devait évoluer en 2015. Trois d'entre eux (37, 41, 45) s'y sont impliqués : les 3 du Val de Loire.

Département	Existence d'un règlement SIL départemental ?	Référence
18	NON	
28	NON mais	Charte de la signalisation d'intérêt local et de la publicité extérieure, DDE 28 et association des maires d'Eure et Loir ; 30 pages, 1999
36	NON	
37	OUI	Un projet de règlement circule
41	OUI	Règlement départemental SIL du CD 41 (juillet 2016, 13 pages).
45	OUI	Règlement départemental SIL du CD 45 (janvier 2017, 23 pages).

c) Divers acteurs, institutions et opérateurs du cadre de vie

Les CAUE, les chambres consulaires, les agences d'urbanisme, la mission Val de Loire (cf. annexe 3 sur le plan de gestion), ... sont concernés, comme les 3 PNR au sens du code de l'environnement :

- le PNR de la Brenne (36), intégralement en région Centre-Val de Loire,
- le PNR Loire-Anjou-Touraine (37), partiellement,
- le PNR Perche (28), partiellement.



Divers dispositifs masquent en partie un grand écran numérique bordant un carrefour complexe. Cet écran numérique est lui-même biface et en co-visibilité avec de nombreux feux tricolores.

Crédit Photo DREAL

d) Les entreprises et organisations professionnelles

Le code de l'environnement (art R. 341-21) précise que des « professionnels représentant les entreprises de publicité et les fabricants d'enseignes » sont membres de la formation spécialisée (dite « de la publicité ») de chaque CDNPS.

En 2013 par exemple, les arrêtés préfectoraux avaient désigné les entreprises suivantes :

Département	MPE-Avenir (Decaux)	Clear-Channel	Insert	CBS outdoor (ou UPE)
18	x	x	x	
28	x	x		x
36	x	x	x	x
37	x	x	x	x
41	x		x	x
45	x	x	x	x

Nota : fréquents changements de noms ou de raisons sociales de ces entreprises

Au niveau national, des entreprises sont pour partie fédérées au sein de l'Union de la Publicité Extérieure. L'UPE avait de ce fait formulé en 2013 des observations sur le projet de révision du règlement local de la publicité de la commune de Blois, au nom des sociétés d'affichage Clear-Channel France, MPE-Avenir et Insert.

e) Les associations agréées (au sens du L. 141-1 du code de l'environnement)

Elles développent un activisme reconnu et signalent certaines non-conformités. En application de l'article L. 581-32 du code de l'environnement, le préfet doit agir en cas de non-respect de la réglementation. L'État a déjà été condamné, dans le passé, en raison de son manque de réaction.

Elles font preuve d'une certaine expertise, et publient des guides ou des plaquettes comme la plaquette « avec KIVOITOU » (mener la vie dure aux panneaux illégaux), de l'association Paysages de France (2012, puis mise à jour en 2016). Une autre association a aussi tenté de recenser les mesures les plus exemplaires, à son sens, dans la première génération des RLP.

f) Le grand public

Il existe une forme, souvent informelle, d'affichage associatif ou amateur, allant du vide-grenier aux événements festifs ou sportifs et autres concours (belote, pêche, pétanque, ...). Comment atteindre une telle cible diffuse et lui faire connaître la réglementation ? Comment la canaliser ? L'intérêt étant à minima le retrait rapide systématique des affichages post-événement.

Cette question reste posée ; sans en faire une priorité, elle semble rendre d'autant plus nécessaire la mobilisation des élus et de leurs services.

B - Connaissance des dispositifs d'incitations financières

Le Programme 113 - Paysages, Eau et Biodiversité (action 1 - Sites, Paysages, Publicité) offre une ligne budgétaire susceptible de disposer de crédits pour assurer la mission des services en matière de publicité (développement de la connaissance, diagnostics locaux, élaboration de support de communication, dépose d'office, etc.....).

La DGD (dite urbanisme) peut compenser les dépenses relatives aux études, à l'élaboration, à la modification, à la révision et à la mise en compatibilité des RLP visés aux articles L. 581-1 et suivant du code de l'environnement. Une future orientation commune aux six départements, notamment pour mieux promouvoir le RLP(i), est envisageable.

Enfin, la Taxe Locale sur les enseignes et Publicités Extérieures (TLPE) peut être instaurée de façon facultative par la commune ou l'établissement public de coopération intercommunal (EPCI), sur le territoire desquels sont situés les dispositifs publicitaires. Inscrite au code général des collectivités territoriales, elle relève donc du ministère de l'intérieur. La compréhension des modalités d'application de cette taxe pourra toutefois être utile. Disposer du listing des collectivités locales ayant institué la Taxe Locale sur les enseignes et Publicités Extérieures (TLPE) serait un début intéressant.

C - Connaissance du contexte de ce secteur économique

On manque clairement de données sur le marché des dispositifs liés à la publicité et sa segmentation.

Il en est de même pour le tissu économique des entreprises (locales ou nationales) et de leur positionnement concurrentiel, notamment sur des champs connexes comme la signalétique routière, locale ou pas, le mobilier urbain ou les technologies nouvellement exploitées comme support publicitaire.

L'offre d'affichage et de publicité est d'ailleurs évolutive du fait de l'innovation sociale ou technique déjà observée dans le passé.

D - Connaissance du parc existant de dispositifs publicitaires

Il n'existe pas, à l'échelle régionale, de recensement exhaustif et partagé des dispositifs de publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, les données évoluant rapidement. Rappelons que des recensements exhaustifs ont été faits dans certains départements sur les routes à grande circulation : en 2014, une DDT a par exemple recensé 1 242 dispositifs, le long de 617 km de routes, dont 554 dispositifs illégaux, soit environ 1 dispositif illégal par km en moyenne à l'époque (et plus en entrées de ville).

En matière de mobilier urbain (abris bus destinés au public, kiosques à journaux ou à autre usage commercial, colonnes porte-affiches, mâts porte-affiches, panneaux d'information, « sucettes », etc), aucun chiffre n'est disponible.

Selon la réglementation, les dispositifs publicitaires **scellés au sol** sont interdits dans une agglomération de moins de 10 000 habitants, n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

La liste des communes ayant plus de 10 000 habitants figure en annexe 4, à titre de premier repère.

II - ANALYSE DES MOYENS ET COMPÉTENCES INTERNES EN DREAL et DDT

A - Les moyens humains

La montée en charge de certains services s'est faite progressivement. Les effectifs mobilisés atteignaient environ 6 ETP en 2013 en région Centre-Val de Loire, puis presque 12 ETP en 2016 en cumul des réponses des six DDTs (source : enquête annuelle de la DGALN rappelée en annexe 6).

Attention : certaines DDT parlaient plutôt d'agents et il faut relativiser ce chiffre en précisant que cela reste ponctuel, car en 2016, les DDT se sont fortement mobilisées sur ce sujet.

B - Les compétences internes

Outre maîtriser le volet publicité du code de l'environnement (de la conception d'un RLP jusqu'à la police administrative et au contentieux), cible principale, des compétences complémentaires en planification urbaine, projet paysager, en composition spatiale, en patrimoine (y compris le Patrimoine Mondial), et en accessibilité des espaces publics sont aussi utiles, par exemple pour faire un porté à connaissance de RLP(i).

NOTA : en sécurité routière, d'autres dispositions existent, non traitées ici. En effet, pour des motifs de circulation routière, elles fixent les conditions d'implantation des enseignes publicitaires et des pré-enseignes visibles des conducteurs. En dehors des agglomérations, les enseignes publicitaires et les pré-enseignes visibles des routes nationales, des routes départementales et des voies communales qui n'ont pas le caractère de routes express peuvent être installées à une distance inférieure à celle de 20 mètres fixée par l'article 8 (alinéa 1er) du décret n° 76-148 du 11 février 1976, sous réserve d'être implantées en dehors du domaine public, de ne pas gêner la perception de la signalisation réglementaire, de ne présenter aucun danger pour la circulation et, en ce qui concerne les pré-enseignes, d'être situées à 5 mètres au moins du bord de la chaussée.

Le volet qualitatif, en matière de cadre de vie et paysages, devra se renforcer et la DREAL a lancé une étude exploratoire à ce sujet.

C - Les formations à la réglementation de la publicité (code de l'environnement)

Des formations existent en CVRH (Tours ou ailleurs), formations dédiées à la réglementation, à l'élaboration des RLP ou à la police de la publicité.

Ces formations permettent aussi d'avancer vers le commissionnement et l'assermentation des fonctionnaires et agents chargés de fonctions de police judiciaire au titre du code de l'environnement (publicité), suite au décret du 17 juillet 2014 et à l'ordonnance du 11 janvier 2012 sur les modalités d'habilitation des agents.

III - PRIORITÉS D'INTERVENTIONS ET ACTIONS STRATÉGIQUES

A - Enjeux

Les espaces les plus sensibles sont les PNR, les sites « Patrimoine Mondial », dont le Val de Loire, les sites classés, les abords des Monuments Historiques, les ex-ZPPAUP, ex-AVAP, ex-secteurs sauvegardés et les SPR (terme introduit en 2016 par la loi LCAP), car ils représentent des enjeux forts de préservation et de maîtrise de l'environnement visuel qui fait leur richesse et leur valeur.

La liste est en annexe 7.

D'autres zones sont aussi concernées : les entrées de villes spécialement stigmatisées par la publicité créent une banalisation et une dépréciation de nos paysages urbains. Les paysages ordinaires, du quotidien, sont aussi des enjeux. L'ensemble des situations rencontrées est large et contrasté, tout en étant complexe et évolutif : les implantations de grands écrans numériques publicitaires à certains carrefours risquant d'ajouter de la confusion visuelle nuisible à la sécurité routière.

B - Dispositif de mise en réseau et d'animation régionale

La DREAL Centre-Val de Loire a assuré la mise en réseau et l'animation régionale avec les DDT et d'autres partenaires sous l'autorité des préfets. Il est envisagé de continuer d'identifier et réunir les services et agents concernés, et générer un « effet réseau » pour échanger les expériences.

L'objectif est de 3 réunions par an, dont l'une serait dédiée aux enjeux du patrimoine (au sens de la DRAC et des ABF) et une autre aux échanges avec la DGALN (comme en février 2017).

C - Cinq priorités principales

Les cinq priorités ayant inspiré la stratégie 2014-2016 sont maintenues :

- identifier, mettre en réseau, animer et échanger au sein de l'État,
- sensibiliser et motiver les élus à s'engager dans des actions,
- élaborer une méthode de diagnostic allégé de sites, d'axes, ou de secteurs,
- partager la connaissance des acteurs, enjeux, et bonnes pratiques,
- développer la rigueur nécessaire au travail de police de la publicité et au contentieux induit.

Elles sont déclinées ci-dessous en fiche-actions pour la période 2017-2019.

L'ensemble mixe le préventif et le répressif, avec une orientation accrue en termes de pédagogie et de communication.

D - Liste des fiches actions

Conçue et enrichie collectivement avec les services des DDT et DREAL, en réunion du 27 juin 2017, une liste de 23 actions a été formalisée et figure page suivante.

23 actions de stratégie régionale 2017-2019 sur la publicité extérieure

Priorité 1 : identifier, mettre en réseau, animer et échanger au sein de l'Etat

Action 1.1	Poursuivre le réseau régional Etat pour partager présentations, expériences et pratiques entre DDT
Action 1.2	Effectuer et partager le bilan annuel
Action 1.3	Territorialiser la politique de l'Etat en matière de publicité
Action 1.4	Renforcer les échanges entre DDT et ABF
Action 1.5	Organiser une rencontre annuelle régionale, spécial patrimoine

Priorité 2 : sensibiliser et motiver les élus à s'engager dans des actions de régulation, en particulier dans des RLP lorsque les enjeux le justifient

Action 2.1	Echanger avec les élus sur le volet publicité du code de l'environnement
Action 2.2	Promouvoir le RLP(i), outil de planification, auprès des élus et anticiper l'échéance caducité de 2020
Action 2.3	Développer le conseil aux élus sur le champ de la publicité, pour leurs projets
Action 2.4	Réfléchir à la constitution d'un club régional des EPCI à RLP(i)
Action 2.5	Rappeler et exploiter les possibilités de financement des RLP (i) par la DGD document d'urbanisme
Action 2.6	Anticiper l'échéance de juillet 2018 pour la conformité des enseignes

Priorité 3 : élaborer une méthode de diagnostic allégé de sites, d'axes, ou de secteurs

Action 3.1	Accroître le lien avec le cadre de vie, et les enjeux de gestion du paysage du quotidien
Action 3.2	Elaborer une méthode simple de « diagnostic »

Priorité 4 : partager la connaissance des acteurs et les bonnes pratiques

Action 4.1	Mettre en ligne les informations principales
Action 4.2	Plaquette de sensibilisation du public aux enjeux et aux règles de la publicité
Action 4.3	Mobiliser les agences d'urbanisme, les CAUE, les PNR, la mission Val de Loire, l'Ecole de la Nature et des Paysages Blois,
Action 4.4	Sensibiliser aux enjeux de la publicité les grandes enseignes commerciales et les principaux professionnels de la publicité extérieure
Action 4.5	Mieux connaître les enjeux socio-(micro)-économiques (loyer, recette, coût, taxe,)
Action 4.6	Faire la promotion des S.I.L. en Conseils Départementaux

Priorité 5 : développer la rigueur nécessaire au travail de police et au contentieux induit

Action 5.1	Veiller à l'habilitation des agents DDT chargés du contrôle de la réglementation de la publicité
Action 5.2	Veille juridique partagée
Action 5.3	Sensibiliser les procureurs aux enjeux et infractions à cette réglementation du Code de l'Environnement
Action 5.4	Organiser l'action collective face aux multi-récidivistes sur plusieurs départements

En vert si nouvelle action

En jaune si l'objectif de délai est 2018 (la n° 2,6 étant aussi nouvelle)

Priorité 1 : identifier, mettre en réseau, animer et échanger au sein de l'Etat

Action 1.1 :	Poursuivre le réseau régional Etat pour partager des présentations spécifiques des diverses expériences et pratiques exportables entre DDT
Descriptif de l'action	Continuer d'identifier et réunir les services et agents concernés pour générer un « effet réseau » et échanger les expériences.
Qui	Les DDT, avec la DREAL et la DRAC Centre-Val de Loire
Pilote	DREAL Centre-Val de Loire (SBLAD)
Partenaire	DRAC Centre-Val de Loire, voire CVRH, et CEREMA le cas échéant,
Comment	Réunion régulière avec restitution écrite
Pourquoi	Valoriser et harmoniser les bonnes pratiques. Recenser les sujets de préoccupation et rechercher des réponses. Harmoniser les pratiques pour être homogène sur le territoire régional.
Cible	Principalement les DDT

Action 1.2 :	Effectuer et partager le bilan annuel
Descriptif de l'action	Établir le bilan de l'année précédente, en développer collectivement les enseignements utiles
Qui	Les DDT devront remonter leurs principaux indicateurs (RLP, instruction, contentieux)
Pilote	DREAL (SBLAD), sachant que la DGALN gère une enquête annuelle de bilans annuels DDT
Partenaire(s)	DRAC
Comment	Tableaux communs avec consolidation régionale et nationale DGALN
Pourquoi	Prendre du recul . Évaluer, Anticiper des évolutions probables ou souhaitables.
Cible	Principalement les agents des DDT.

Action 1.3 :	Territorialiser la politique de l'Etat en matière de publicité
Descriptif de l'action	Identifier et afficher des priorités « départementales » en cohérence avec les réflexions régionales
Qui	Services des DDT en charge de la publicité, associés aux services et agents en charge de l'urbanisme et/ou des paysages
Pilote	DDT et préfets de département pour le niveau départemental DREAL pour le niveau régional
Partenaire(s)	DREAL, DRAC, UDAP
Comment	Repérer des axes et des communes à enjeux (détermination des priorités d'action) Coordonner les deux niveaux : des priorités départementales d'une part et des priorités régionales d'autre part.
Pourquoi	Nécessité pour l'Etat de définir une méthode de travail et de prioriser son action, à moyens contraints. Tenir compte d'enjeux similaires sur plusieurs départements (comme par exemple le Val de Loire UNESCO, ou les grands axes de circulation).
Cible	Les territoires à enjeux forts (Val de Loire UNESCO, ...), ou encore des PNR, et enfin des villages-étapes (RN10, A20, ...) comme Cloyes, en y faisant acter une ambition partagée en matière de cadre de vie pour garantir une vraie exemplarité.

Action 1.4	Harmoniser les échanges entre DDT et ABF
Descriptif de l'action	Etablir un mode opératoire commun DDT et ABF
Qui	DDT 45 et ABF 45 à titre de co-pilote
Pilote	DDT 45
Partenaire(s)	UDAP 45 (DRAC, DREAL et autres DDT le moment venu)
Comment	
Pourquoi	Divers enjeux forts de préservation et de maîtrise de l'environnement visuel qui fait richesse et valeur de certains sites.
Cible	Le patrimoine relevant d'une intervention des ABF

Action 1.5	Organiser une rencontre annuelle régionale, spécial patrimoine
Descriptif de l'action	Générer un « effet réseau » et échanger les expériences
Qui	Le réseau régional Etat
Pilote	DREAL Centre-Val de Loire
Partenaire(s)	avec les six UDAP et la DRAC Centre-Val de Loire
Comment	En réunion d'échanges ou en visites de terrains
Pourquoi	Faire respecter la réglementation enseignes et publicité dans un contexte plus sensible
Cible	Les territoires relevant d'une intervention des ABF

Priorité 2 : sensibiliser et motiver les élus à s'engager dans des actions de régulation, en particulier dans des RLP lorsque les enjeux le justifient

Action 2.1 :	Echanger avec les élus sur le volet publicité du code de l'environnement
Descriptif de l'action	Mettre en œuvre diverses actions pour informer et sensibiliser les élus
Qui	Les DDT
Pilote	Les services en charge de la publicité en DDT
Partenaire(s)	Les services en charge du paysage ou de l'urbanisme en DDT
Comment	Elaborer ou recycler des documents de communication pour éclairer les élus sur le sujet. Organiser des réunions d'informations
Pourquoi	Intérêt pour le cadre de vie de l'exercice de cette compétence par certains maires, synergies Etat/collectivités à trouver
Cible	Les élus et leurs services

Action 2.2 :	Promouvoir le RLP(i), outil de planification, auprès des élus et anticiper l'échéance caducité de 2020
Descriptif de l'action	Mettre en œuvre diverses actions pour informer et sensibiliser les élus
Qui	Les DDT
Pilote	Les services en charge de la publicité en DDT
Partenaire(s)	Les services en charge du paysage ou de l'urbanisme en DDT, si différent, les UDAP
Comment	Exploiter l'élaboration du porté à connaissance ou de la note d'enjeux de chaque PLU ou PLUi pour souligner l'intérêt, selon le territoire, d'un RLP ou mieux d'un RLPi. Élaborer ou recycler des documents de communication pour promouvoir les RLP
Pourquoi	Intérêt pour le cadre de vie de l'exercice de cette compétence par les collectivités
Cible	Les élus et leurs services

Action 2.3 :	Développer le conseil aux élus sur le champ de la publicité, pour leurs projets
Descriptif de l'action	Développer la compétence des équipes des DDT assurant le nouveau conseil aux territoires et des chargés d'études en urbanisme, sur la publicité
Qui	Les DDT
Pilote	Les services en charge de la publicité en DDT
Partenaire(s)	Les services en charge du paysage ou de l'urbanisme en DDT, si différent Intervention des UDAP (ABF) dans leurs domaines de compétences
Comment	Mettre en œuvre des séances de formation/information des équipes des DDT qui assurent le nouveau conseil au territoire ainsi que des chargés d'études en urbanisme
Pourquoi	Intérêt des synergies Etat/collectivités
Cible	Les élus et leurs services, pour leurs projets

Action 2.4 :	Réfléchir à la constitution d'un club régional des EPCI à RLPi
Descriptif de l'action	Mettre en place une animation régionale sous forme d'un club d'échange de bonnes pratiques, d'information et de mutualisation
Qui	Les DDT – les services techniques des villes et EPCI à RLP , voire les services des CD
Pilote	DREAL Centre-Val de Loire
Partenaire(s)	Les services en charge du paysage ou de l'urbanisme en DDT, si différent de celui en charge de la publicité ; les UDAP dans leurs domaines de compétences
Comment	modalités à définir
Pourquoi	Intérêt des synergies Etat/collectivités locales Anticiper l'échéance de 2020 pour la caducité des RLP de première génération
Cible	Les élus et leurs services

Action 2.5 :	Rappeler et exploiter les possibilités de financement des RLP(i) par la DGD
Descriptif de l'action	Développer le financement à l'élaboration ou la révision de RLP(i) avec de la DGD
Qui	Les DDT, le préfet
Pilote	Les services en charge du paysage ou de l'urbanisme en DDT
Partenaire(s)	Les services en charge de la publicité en DDT, la commission de conciliation, la DREAL
Comment	Future orientation commune à établir pour tendre vers un objectif commun sur des priorités partagées avec des modalités quasi-similaires entre départements
Pourquoi	Se rapprocher de la convergence pour tenir compte d'enjeux similaires sur plusieurs départements
Cible	Les élus et leurs services

Action 2.6 :	Anticiper l'échéance de juillet 2018 pour la conformité des enseignes
Descriptif de l'action	Mettre en place un dispositif d'information des acteurs et en particulier des élus
Qui	Les DDT
Pilote	Les services en charge de la publicité en DDT
Partenaire(s)	UDAP (ABF) et DRAC Les élus et leurs services
Comment	Modalités à définir
Pourquoi	Assurer l'application de la loi
Cible	Les propriétaires privés notamment

Priorité 3 : élaborer une méthode de diagnostic allégé de sites, d'axes, ou de secteurs

Action 3.1 :	Accroître le lien avec le cadre de vie, et les enjeux de gestion du paysage du quotidien
Descriptif de l'action	Faire de la pédagogie sous diverses formes sur les enjeux paysagers « ordinaires »
Qui	Ensemble des services de l'État, les Paysagistes-Conseils des DDT et les Architectes-Conseils des DDT, la DREAL
Pilote	DREAL Centre-Val de Loire
Partenaire(s)	DDT, DRAC Centre, les UDAP
Comment	Ecrire une note de décryptage de la place du paysage ordinaire dans les politiques publiques
Pourquoi	Les normes (code de l'environnement) s'applique au cadre de vie ordinaire
Cible	Ensemble des services de l'Etat qui ne seraient pas déjà dans un service urbanisme paysages

Action 3.2 :	Elaborer une méthode simple de « diagnostic en marchant »
Descriptif de l'action	Mettre au point une méthode simple capable de sensibiliser les élus
Qui	Groupe de travail DREAL DRAC DDT UDAP, les Paysagistes-Conseils des DDT et les Architectes-Conseils des DDT ; DREAL
Pilote	DREAL Centre-Val de Loire SBLAD ou DDT pilote
Partenaire(s)	Ceux qui ailleurs ont pu traiter ce sujet. Privilégier le Val de Loire UNESCO.
Comment	Crédits « frais » ou prestations CEREMA Force d'une communication par l'image comme arguments pour sensibiliser, convaincre : à la manière du diaporama « La perte d'aménité des espaces du quotidien en 13 photos », qui onjuge le poids des mots et le choc des photos de certains espaces et dispositifs. Outre montrer comment la publicité peut faire perdre certaines aménités d'espaces urbains, il serait aussi possible de faire la promotion d'espaces sans publicité (analogie avec espaces sans pesticide, zone calme, ...)
Pourquoi	Se rapprocher de la convergence pour tenir compte d'enjeux similaires sur plusieurs départements (comme le Val de Loire UNESCO). Une telle action vise à être plus pédagogique que la réglementation stricte, souvent jugée complexe
Cible	Etat, collectivités locales, professionnels, Ecole de la Nature et des Paysages (Blois)

Priorité 4 : partager la connaissance des acteurs et les bonnes pratiques

Action 4.1 :	Mettre en ligne les informations principales
Descriptif de l'action	Créer un répertoire en ligne dans chaque département (communes concernées, documents RLP approuvés, règlements SS ou AVAP ou SPR, charte PNR, ...)
Qui	DDT
Pilote	DDT 45, si volontaire, car déjà en pointe à ce sujet
Partenaire(s)	Autres DDT, DREAL, DGALN et autres partenaires internes à l'Etat
Comment	Enrichir ce qui existe déjà en ligne dans certains départements et l'actualiser
Pourquoi	Centralisation des règlements (RLP) les rendant plus accessibles, gain de temps, économie d'échelle, mémoire collective, ...
Cible	Tous acteurs concernés

Action 4.2 :	Plaquette(s) de sensibilisation du public aux enjeux et aux règles de la publicité
Descriptif de l'action	Diverses actualisations s'avèrent nécessaires pour une telle plaquette existante (cf NOTA)
Qui	DREAL ou DDT volontaire
Pilote	DREAL ou DDT volontaire
Partenaire(s)	DDT et leurs Paysagistes-Conseils, leurs Architectes-Conseils ; DREAL, DRAC, voire CAUE, PNR, agences d'urbanisme, ...
Comment	Un 4 pages communiquant, illustré et facile à partager sur les sites DREAL et DDT
Pourquoi	Diverses actualisations s'avèrent nécessaires
Cible	Grand public et/ou professionnels

NOTA : un recueil de plaquettes « publicité » diffusé par la DREAL (mail du 24 juin 2014) comportait les plaquettes des dix DDT (12, 17, 18, 22, 26, 28, 74, 77, 78, 80) dont la mise en forme variait beaucoup selon l'angle d'attaque dominant (soit réglementation, soit ingénierie paysagère).

Action 4.3 :	Mobiliser les agences d'urbanisme, les CAUE, les PNR, la mission Val de Loire, l'école de la nature et des paysages
Descriptif de l'action	Confronter les pratiques des uns et d'autres sur ce volet publicité et cadre de vie.
Qui	DREAL Centre-Val de Loire
Pilote	DREAL Centre-Val de Loire
Partenaire(s)	DDT, DRAC, Paysagistes Conseils de l'État, Architectes-Conseils de l'État en DDT
Comment	Organiser une rencontre plus technique (réunion et/ou visite de terrain)
Pourquoi	L'union fait la force pour développer le conseil aux élus sur le champ de la publicité
Cible	Tous acteurs concernés, notamment les élus

Action 4.4 :	Sensibiliser aux enjeux de la publicité les grandes enseignes commerciales et les principaux professionnels de la publicité extérieure
Descriptif de l'action	Définir les modalités d'information et de sensibilisation des professionnels et les mettre en oeuvre
Qui	DREAL et DDT volontaire
Pilote	DREAL et DDT volontaire
Partenaire(s)	Autres DDT et leurs Paysagistes Conseils et Architectes-Conseils ; DRAC, agences d'urbanisme, CCI
Comment	Expliciter, lors de réunions ou d'actions de communication, la politique de l'Etat en matière de publicité extérieure via l'action des DDT
Pourquoi	L'échéance de juillet 2018 est proche
Cible	Les grandes enseignes commerciales (étendre éventuellement aux autres commerces), et les professionnels représentant les entreprises de publicité et les fabricants d'enseignes déjà membres de la formation spécialisée dite « de la publicité » de chaque CDNPS (en se référant aux arrêtés préfectoraux en la matière)

Action 4.5	Mieux connaître les enjeux socio-(micro)-économiques (loyer, recette, coût, taxe, ...)
Descriptif de l'action	Disposer par exemple du listing des CL ayant instituée la Taxe Locale sur les enseignes et Publicités Extérieures (TLPE) ; connaître ses enjeux financiers
Qui	DREAL ou/et DDT volontaire
Pilote	DREAL ou/et DDT volontaire
Partenaire(s)	Un opérateur
Comment	Par la formation, l'information, les échanges. En faisant parler tous les acteurs concernés, en commençant par ceux qui louent ou prêtent leurs sols
Pourquoi	Connaître la réalité du « marché », mieux appréhender le contexte de travail, voire les abus de certains afficheurs
Cible	DDT

Action 4.6	Faire la promotion des S.I.L. en Conseils Départementaux
Descriptif de l'action	Réduire le retard de la moitié de la région en la matière
Qui	DREAL ou DDT volontaire
Pilote	DREAL ou DDT volontaire
Partenaire(s)	Les CD n'ayant pas encore de SIL + certains EPCI ou villages-étapes
Comment	En groupe de travail régional, faire intervenir un CD exemplaire en la matière
Pourquoi	Pour faire la promotion du SIL (et réduire les pré-enseignes ex dérogatoires)
Cible	DDT d'un département sans SIL

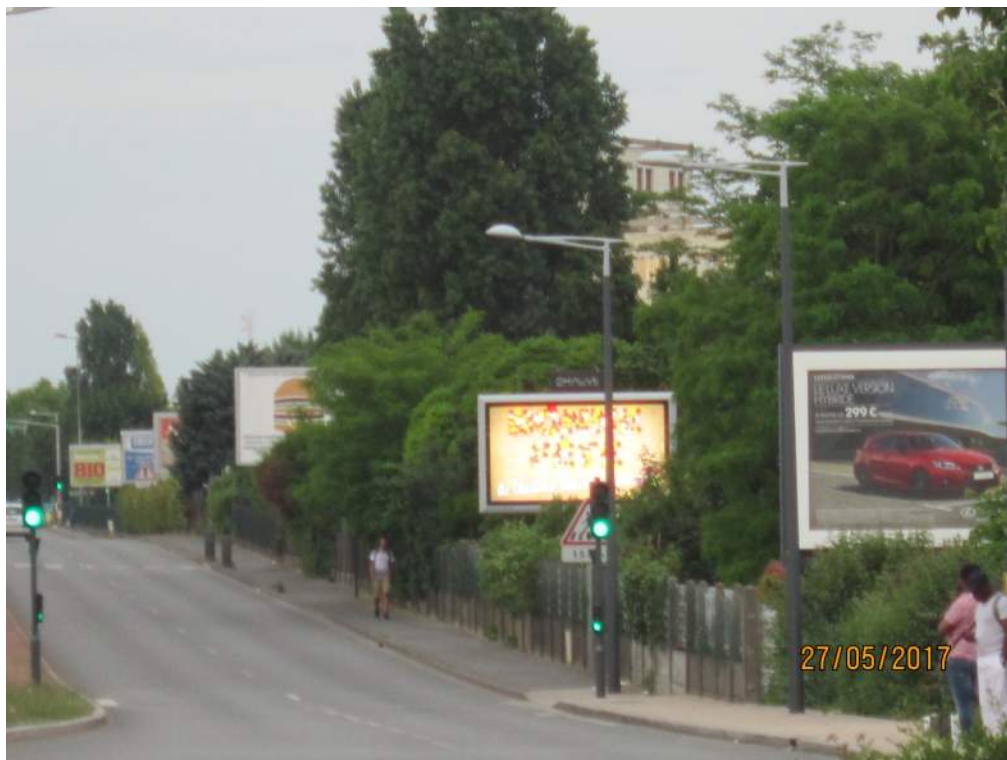
Priorité 5 : développer la rigueur nécessaire au travail de police et au contentieux induit

Action 5.1 :	Veiller à l'habilitation des agents dans chaque DDT chargés du contrôle de la réglementation de la publicité
Descriptif de l'action	Mettre en conformité et harmoniser les pratiques des DDT
Qui	Les DDT
Pilote	DREAL Centre-Val de Loire (SBLAD et Pôle juridique) ou DDT volontaire
Partenaire(s)	Les DDT, la DRAC, le CVRH pour la formation
Comment	Outre le décret, exploiter aussi le Guide pratique (la réglementation de la publicité extérieure), manuel pour l'instructeur publicité (page 100, page 139, ...)
Pourquoi	Sécuriser le travail de police
Cible	Les agents des DDT

Action 5.2	Veille juridique partagée
Descriptif de l'action	Suivre l'actualité juridique
Qui	DREAL DDT DIR
Pilote	DREAL Centre-Val de Loire (Pôle juridique ou SBLAD via le GT régional)
Partenaire(s)	La DGALN : la messagerie réseau publicité fait en partie cette veille
Comment	
Pourquoi	Forte réactivité et mobilisation des professionnels (via leur fédération UPE)
Cible	Les agents des DDT, les collectivités ayant une démarche RLP

Action 5.3	Sensibiliser les procureurs aux enjeux et infractions à cette réglementation du Code de l'Environnement
Descriptif de l'action	Transmettre aux procureurs en ayant de bonnes chances d'éviter le classement sans suite
Qui	Les DDT
Pilote	Les DDT
Partenaire(s)	La DREAL (le pôle juridique régional, le SBLAD, ..)
Comment	En identifiant les points noirs, dispositifs ou opérateurs les plus impactants
Pourquoi	Il s'agit de rendre crédible cette nouvelle réglementation, notamment en cas d'abus et de mauvaise foi d'opérateurs
Cible	Les procureurs

Action 5.4	Organiser l'action collective face aux multi-récidivistes sur plusieurs départements
Descriptif de l'action	Réagir quand c'est indispensable, de manière collective, concertée et proportionnée
Qui	DREAL et DDT volontaire
Pilote	La DDT du lieu où le pb est majeur ; à défaut, là où l'action est déjà lancée
Partenaire(s)	Les autres DDT ayant affaire au même opérateur
Comment	La DDT pilote orchestre le partage d'informations et les échanges en groupe technique régional
Pourquoi	Force de conviction accrue par l'action de groupe
Cible	Action déjà lancée début 2017 (DDT 45 pilote)



Plusieurs grands formats masquent la frange boisée.

Le scintillement du grand écran numérique émerge juste derrière un feu tricolore !

Crédit Photo DREAL

Annexe 1 : la situation des DDT en septembre 2017 (région Centre-Val de Loire)

Département	Service DDT désigné en charge de la publicité (à la date de cette version)
18	18 Mission Accompagnement des territoires
28	28 Service Education Routière Bâtiment et Appui Territorial
36	36 Service d'appui transversal et transition énergétique
37	37 Service urbanisme et démarches de territoires
41	41 Service de l'Urbanisme et de l'Aménagement
45	45 Service de l'Urbanisme et de l'Aménagement durable des territoires

Département	Arrêté Préfectoral fixant la composition de la « formation publicité » de la CDNSP
18	22/02/13 19/07/16
28	08/12/10
36	12/04/13 15/06/16 modifié 20/09/16
37	31/10/13 03/08/17
41	29/01/14 07/01/16 renouvellement 02/05/17
45	01/08/13

Département	Stratégies, organisations, plans d'actions des DDT (documents reçus en DREAL Centre-Val de Loire)
18	Note d'organisation du 6 janvier 2014, transmise par mail du 7 janvier 2014 puis note d'organisation après réunion du 21/05/15 transmise par mail le 1 sept 2016 Note bilan DDT 18 transmis par mail du 30/01/17
28	Stratégie départementale du 06 mars 2015
36	Liste des propositions transmise le 02 janvier 2014
37	Nouvelle stratégie en préparation
41	Etat des lieux et Plan d'actions 2014-2015, transmis par mail du 16 juin 2014 Diverses évocations en CDNPS 41 du Plan d'actions en plusieurs phases janvier et septembre 2016 Note stratégie départementale transmise par mail du 25/01/17
45	Plan d'actions 2016-2018, transmis par mail du 22 avril 2016 Puis bilan d'étape transmis par mail le 19/08/16 Bilan 2016 et Plan d'actions 2016-2018 transmis par mail du 29/12/16

Bilan en région Centre Val de Loire

Publicité Extérieure (au sens code de l'environnement)

Données recueillies début 2017 par l'enquête DGALN/DHUP/QV2, rappelée en annexe 6.
+ complément 36 du 7 novembre 2017.

Département	Année	Déclarations Préalables (enregistrées) par DDT	Demandes Autorisations Préalables (instruites) par DDT	Procès-Verbal	Mise en demeure	Amende (administrative)
18	2015	11	21	8	8	0
	2016	8	10	4	4	0
28	2015	39	98	0	0	0
	2016	25	125	4	0	0
36	2015	24	26	3	2	0
	2016	5	49	0	0	0
37	2015	41	42	1	1	0
	2016	8	43	0	0	0
41	2015	3	7	0	0	0
	2016	12	39	13	13	0
45	2015	29	31	9	9	0
	2016	26	23	22	22	0

Non compris ci-dessus, les démarches pédagogiques ou amiables des DDT suivies de régularisations, certains avis simples de la DDT, des astreintes, et ce que font les communes (EPCI) ayant un RLP (RLPi).

Annexe 2 : mode opératoire entre DDT et ABF dans le Loiret (45)

Transmis par DDT 45 le 13/10/17 au titre de l'action 1-4 de la présente stratégie régionale.

La DDT instruit les autorisations préalables de la compétence du préfet (communes sans RLP) pour :

- les enseignes sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L. 581-4 (notamment les monuments historiques classés et inscrits, les sites classés, les réserves naturelles...) et L. 581-8 notamment les PNR, les sites inscrits, à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des MH classés et inscrits, les sites natura 2000 (ZSC et ZPS), et les Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) ;
- la publicité lumineuse

L'ABF est consulté par le service instructeur sur les demandes d'autorisation préalable :

- sur les publicités lumineuses dans le champ de compétence de l'ABF ;
- pour accord sur les enseignes permanentes sur un MH classé ou inscrit et immeuble protégé au titre des abords (cf L. 621-30 du code du Patrimoine) ;
- pour accord dans un SPR (cf L. 631-1 du code du Patrimoine) ;
- pour avis simple sur les enseignes temporaires sur un MH classé ou inscrit, un site classé, une réserve naturelle et sur un arbre.

Le préfet de région, et non l'ABF, est consulté pour accord sur les demandes d'autorisation préalable d'enseigne permanente sur les monuments naturels, dans les sites classés, dans les coeurs de parcs nationaux, dans les réserves naturelles et sur les arbres.

Dans le périmètre des 100 m d'un MH et dans les autres champs de compétence de l'ABF, une copie du dossier est transmise par courrier à l'UDAP dans les 8 jours.

Jusqu'au 1^{er} janvier 2020 le service instructeur informe l'ABF de la demande si l'emplacement se trouve en dehors des 100 m mais dans les abords du MH (500 m) ou dans le périmètre délimité des abords.

L'article 112 de la loi LCAP du 07/07/2016 indique que l'instruction se fera, à partir du 1^{er} janvier 2020, sur le même périmètre que les ABF à savoir les abords (500m d'un MH) ou dans le périmètre délimité des abords.

Lorsque l'accord de l'ABF est requis :

- si l'ABF s'oppose au projet, l'autorité compétente est tenue de refuser l'autorisation, quand bien même il n'y aurait pas d'autre motif de refus au titre du code de l'environnement ;
- si l'ABF donne son accord sur le projet, avec ou sans prescriptions, cela n'interdit pas à l'autorité compétente d'ajouter des prescriptions voire de refuser l'autorisation par application des seules règles du code de l'environnement (s'appuyer sur des règles normatives ou qualitatives).

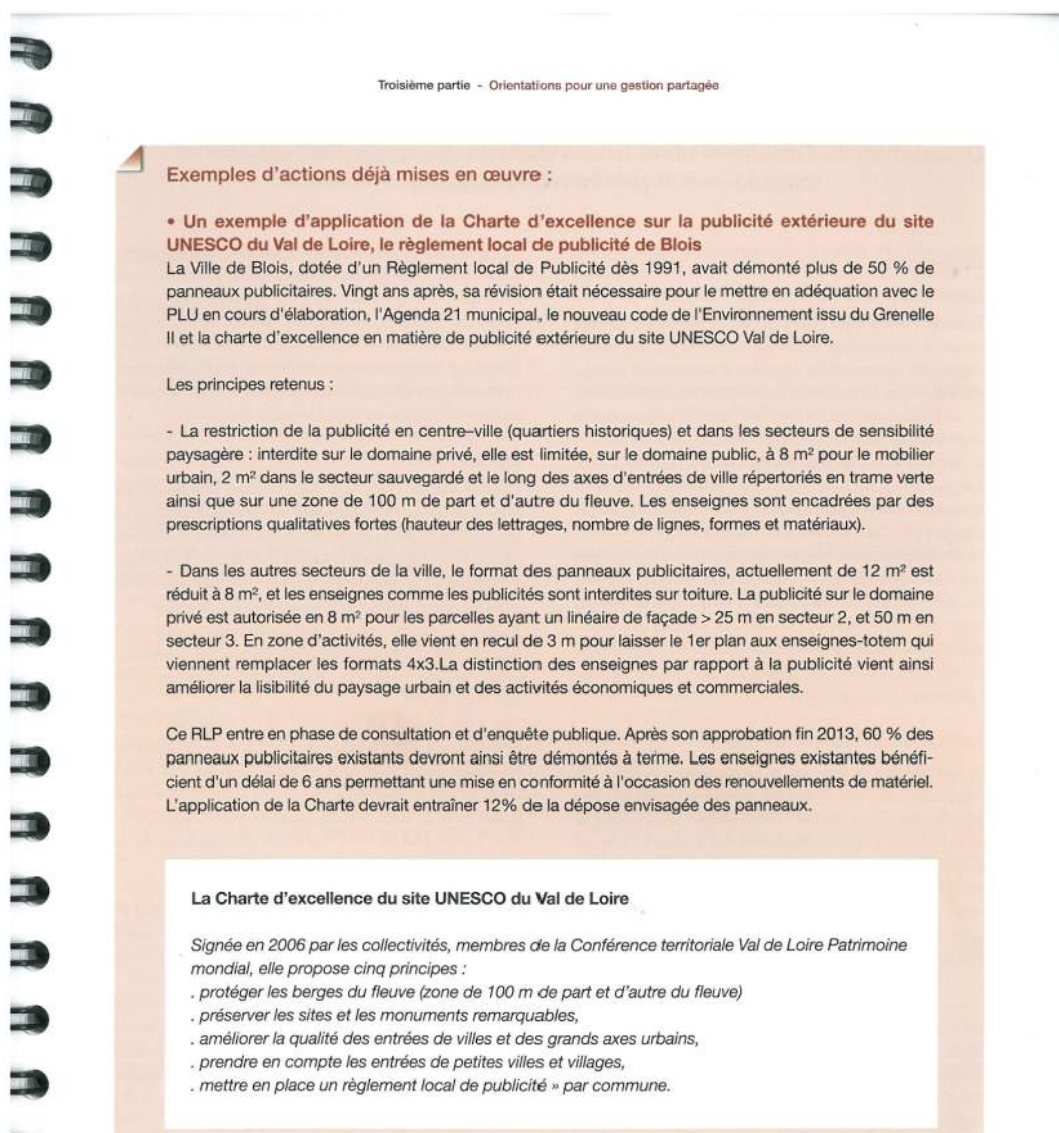
Des échanges, en amont, entre les instructeurs de l'UDAP et ceux de la DDT doivent permettre d'éviter d'éventuelles discordances.

Annexe 3 : le plan de gestion du Val de Loire UNESCO Patrimoine Mondial

Inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité, le Val de Loire. a donné lieu en 2006 à une « charte d'excellence en matière de publicité extérieure, enseignes et pré-enseignes ». Elle proposait cinq principes :

- protéger les berges du fleuve (zone de 100 m de part et d'autre du fleuve),
- préserver les sites et les monuments remarquables,
- améliorer la qualité des entrées de villes et des grands axes urbains,
- prendre en compte les entrées de petites villes et villages,
- mettre en place un RLP par commune.

Puis, le plan de gestion du site Val de Loire patrimoine mondial (référentiel commun pour une gestion partagée) a été approuvé en novembre 2012. Il comportait un objectif 6.3 intitulé « Gérer et maîtriser la publicité extérieure » et la page 109 de l'édition 2013 (194 pages) figure ci-dessous.



Annexe 4 : liste des communes de plus de 10 000 habitants en région Centre-Val de Loire

Est rappelée ci-dessous, la liste des communes dont la population communale dépasse 10 000 habitants (source INSEE):-

Colonne 3 : population municipale 2017 de la commune en nombre d'habitants

Colonne 4 : cumul des populations municipales 2017 des communes composant l'unité urbaine (définition INSEE 2010 de cette unité).

CODE_INSEE	NOM_COM	POPULATION commune	Population de l'unité urbaine
18033	BOURGES	66528	82953
18197	SAINT-AMAND-MONTROND	10161	12586
18279	VIERZON	27050	30259
28085	CHARTRES	38728	89112
28088	CHATEAUDUN	13264	16878
28134	DREUX	31191	49211
28218	LUCE	16240	89112
28229	MAINVILLIERS	10558	89112
28280	NOGENT-LE-ROTRON	10130	11363
28404	VERNOUILLET	12415	49211
36044	CHATEAUROUX	44479	61625
36088	ISSOUDUN	12270	12270
37003	AMBOISE	13371	352873
37050	CHAMBRAY-LES-TOURS	11109	352873
37109	FONDETTES	10427	352873
37122	JOUE-LES-TOURS	37748	352873
37156	MONTLOUIS-SUR-LOIRE	10574	352873
37195	LA RICHE	10434	352873
37208	SAINT-AVERTIN	14985	352873
37214	SAINT-CYR-SUR-LOIRE	15994	352873
37233	SAINT-PIERRE-DES-CORPS	15538	352873
37261	TOURS	136125	352873
41018	BLOIS	46351	67317
41194	ROMORANTIN-LANTHENAY	17459	17459
41269	VENDOME	16879	23575
45004	AMILLY	12672	55372
45068	CHALETTE-SUR-LOING	12643	55372
45075	LA CHAPELLE-SAINT-MESMIN	10117	275933
45147	FLEURY-LES-AUBRAIS	20791	275933
45155	GIEN	14617	15791
45208	MONTARGIS	13997	55372
45232	OLIVET	21192	275933
45234	ORLEANS	114977	275933
45284	SAINT-JEAN-DE-BRAYE	19804	275933
45285	SAINT-JEAN-DE-LA-RUELLE	16415	275933
45302	SARAN	15686	275933

Annexe 5 : liste des documents partageables

Charte de la signalisation d'intérêt local et de la publicité extérieure, Préfecture et DDE 28 et association des maires d'Eure et Loir ; 1999, 30 pages,

Charte d'excellence (publicité extérieure, enseignes et pré-enseignes), Val de Loire UNESCO, 2006, 7 pages

Méthode de l'observatoire photographique du paysage (itinéraires photographiques), DGALN, 2008, 72 pages

Signalisation d'Intérêt Local (SIL), guide technique, CERTU, mars 2007, 50 pages

Publicité, enseignes, pré-enseignes, recommandations à l'usage des producteurs locaux, fdsea 28, chambre agriculture 28, en concertation avec DDT 28, 2010, 17 pages

Plaquette « une nouvelle réglementation pour l'affichage publicitaire », DGALN, août 2012, 24 pages

Plaquette « avec KIVOITOU » (mener la vie dure aux panneaux illégaux), association Paysages de France, novembre 2012, 25 pages

Affichage publicitaire , enseignes et pré-enseignes (fiches procédures à l'attention des agents instructeurs), DRIEE Île-de-France, août 2012, dix fiches

Guide illustré sur la réglementation en matière de paysage et cadre de vie, publicité, enseignes et pré-enseignes (DDT de l'Isère), 2012, 23 pages

Plan de gestion du site Val de Loire patrimoine mondial (Référentiel commun pour une gestion partagée) (adopté le 15 novembre 2012), édition 2013, 194 pages.

Guide action pour la publicité dans les paysages des Yvelines (DDT des Yvelines), mars 2013, 54 pages

Foire Aux Questions (outil méthodologique pratique à l'usage des services déconcentrés de l'Etat), réseau publicité, MEDDE, DGALN, janvier 2014, 169 pages

Guide pratique (la réglementation de la publicité extérieure), manuel pour l'instructeur publicité, MEDDE, DGALN, février 2014, 251 pages (diffusion papier via lettre DHUP du 17 février 2014)

Instruction du gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des pré-enseignes. + Notice technique, MEDDE, DGALN, mars 2014, 56 pages (annexe de l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des pré-enseignes)

Diaporama « La perte d'aménité des espaces du quotidien en 13 photos ». Contribution à l'action 3.1 de la stratégie régionale 2014-2016 sur la publicité extérieure en région Centre, 23/12/2014, DREAL Centre

Publicités, enseignes et préenseignes (« mémento de la réglementation nationale, guide à l'usage des communes), CAUE de la Vendée, septembre 2015, 96 pages

Instruction du 10 février 2016 valant DNO sur la période 2016/2018 (publicité citée page 8)

La réglementation de l'affichage publicitaire : 50 questions (par Jean Philippe STREBLER) ; Supplément au Courrier des maires et des élus locaux, n°299, cahier n°93, mars 2016, XV p. (diffusé via mail du 20/10/16 à 16h57 à USAGE INTERNE)

Monsieur KIVOITOU traque les panneaux illégaux, juillet 2016, 20 pages, association « Paysages de France »

Règlement départemental de Signalisation d'Information Locale SIL du CD 41 (juillet 2016, 13 pages).

Expérimentation d'un diagnostic en marchant des dispositifs d'affichage publicitaires (méthode et résultats), Rapport CEREMA (expérimentation de La-Chaussée-Saint-Victor dans le 41), 1 août 2016, 43 pages

Guide pratique Taxe Locale Publicité Extérieure, DGCL, octobre 2016, 31 pages

Règlement départemental SIL du CD 45 (janvier 2017, 23 pages).

Instruction du Gouvernement du 5 mai 2017 relative à l'adaptation des enjeux de planification urbaine et rurale aux nouvelles échelles d'intercommunalité (évoque les RLP intercommunaux).

LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (Régime juridique - Contenu - Élaboration – Gestion), éditions du Moniteur, 2017, Jean Philippe STREBLER

Jaune est spécifique à la région Centre-Val de Loire.

PS : un recueil de plaquettes « publicité » diffusé par la DREAL Centre (mail du 24 juin 2014) comportait les plaquettes des dix DDT (12, 17, 18, 22, 26, 28, 74, 77, 78, 80) dont la mise en forme variait beaucoup selon l'angle d'attaque dominant (soit réglementation, soit ingénierie paysagère).

Annexe 6 : les questions de l'enquête DGALN pour faire le bilan 2015 et 2016

Le 28 janvier 2017 était la date limite de réponses des DDT à l'enquête DGALN sur la publicité (bilan annuel).

NOTA : la prochaine enquête, fin 2018, concernerait le bilan 2017 et 2018.

ENQUÊTE PUBLICITÉ
MISE EN ŒUVRE DE LA RÉGLEMENTATION RELATIVE A LA
PUBLICITÉ EXTÉRIEURE, AUX ENSEIGNES ET AUX PREENSEIGNES
en 2015 et 2016

Section A: Service publicité / Organisation du service en charge de la publicité

Service publicité

Organisation du service en charge de la publicité

A) Nom de la personne remplissant le questionnaire :

B) Fonction de la personne remplissant le questionnaire :

C) Adresse e-mail de la personne remplissant le questionnaire :

[Question 1.0] Quel est le numéro de votre département ?

[Question 1.1] Existe-t-il un pôle de compétences/service spécifique en charge de la publicité au niveau DEPARTEMENTAL ?

OUI / NON

[Question 1.1bis] Existe-t-il une stratégie ou un plan d'action relatif à la publicité élaboré en 2015 ou 2016 au niveau DEPARTEMENTAL et validé par le préfet ou par le/la DDT(M) ?

OUI / NON

Merci de bien vouloir prendre contact avec le bureau QV2 afin de transmettre les éléments d'information relatifs à cette stratégie ou ce plan d'action.

[Question 1.2] Quel est le service en charge de l'exercice des missions relatives à la réglementation de la publicité au niveau départemental ?

[Question 1.3] Combien d'ETPT sont dédiés aux missions relatives à la publicité en 2015

[Question 1.3 bis] Combien d'ETPT sont dédiés aux missions relatives à la publicité en 2016 ?

[Question 1.4] Quel est le nom de la personne référente pour la publicité au niveau départemental en 2015 ?

[Question 1.4bis] La personne référente pour la publicité a-t-elle changé au niveau départemental entre 2015 et 2016 ? Si oui, indiquez son nom :

[Question 1.5] Combien d'agents sont habilités pour relever des infractions (verbalisation) à la réglementation de la publicité en 2015 ?

- *dont agents commissionnés au titre du code de l'environnement*
- *dont agents commissionnés au titre du code de l'urbanisme autres*
- *(précisez) / nombre*

[Question 1.5bis] Combien d'agents sont habilités pour relever des infractions (verbalisation) à la réglementation de la publicité en 2016 ?

- *dont agents commissionnés au titre du code de l'environnement*
- *dont agents commissionnés au titre du code de l'urbanisme*

- autres (précisez) / nombre

[Question 1.6] Existe-t-il un pôle de compétences/service en charge de la publicité au niveau REGIONAL ?

OUI / NON

[Question 1.6bis] Existe-t-il une stratégie ou un plan d'action relatif à la publicité élaboré en 2015 ou 2016 au niveau REGIONAL ?

OUI / NON

Vous avez répondu "oui" à la question précédente : Merci de bien vouloir prendre contact avec le bureau QV2 afin de transmettre les éléments d'information relatifs à cette stratégie ou ce plan d'action élaboré au niveau REGIONAL.

[Question 1.7] Quel est le nom de la personne référente sur la publicité au niveau régional en 2015 ?

[Question 1.7bis] La personne référente pour la publicité au niveau régional a-t-elle changé entre 2015 et 2016 ? Si oui, indiquez son nom :

[Question 1.8] La personne référente organise-t-elle régulièrement des réunions avec les agents des DDT de sa région ?

Section B: Service publicité / RLP et RLPi

Règlements locaux de publicité (RLP) et RLP intercommunaux (RLPi) dans le département

[Question 2.1] RLP communaux de 1ère génération (entrés en vigueur ou approuvés avant le 13 juillet 2010) :

- Combien y a-t-il de RLP de 1ère génération dans le département en 2015 ?
- Combien y a-t-il de RLP de 1ère génération dans le département en 2016 ?
- Quelles sont les informations relatives à ces RLP de 1ère génération ?

[Question 2.2] RLP communaux transitoires (approuvés entre le 13 juillet 2010 et le 13 juillet 2011 selon l'ancienne procédure en vigueur -ante loi ENE) :

- Combien y a-t-il de RLP transitoires dans le département en 2015 ?
- Combien y a-t-il de RLP transitoires dans le département en 2016 ?
- Quelles sont les informations relatives à ces RLP transitoires ?

[Question 2.3] RLP communaux de 2ème génération approuvés ou entrés en vigueur selon la procédure prévue par la loi ENE) :

- Combien y a-t-il de RLP de 2ème génération dans le département en 2015 ?
 - dont RLP en vigueur ?
 - dont RLP en cours d'élaboration ?
- Combien y a-t-il de RLP de 2ème génération dans le département en 2016 ?
 - dont RLP en vigueur ?
 - dont RLP en cours d'élaboration ?
- Quelles sont les informations relatives à ces RLP de 2ème génération en vigueur ?
- Quelles sont les informations relatives à ces RLP de 2ème génération en cours d'élaboration ?

[Question 2.3bis] Des RLP communaux de 2ème génération ont-ils été élaborés conjointement à un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ?

OUI / NON

[Question 2.3ter] Vous avez précisé que des RLP de 2ème génération ont été élaborés conjointement à un PLU :

- *Combien de RLP ont été élaborés conjointement à un PLU ?*
- *Quels sont les RLP concernés par une élaboration conjointe à un PLU ?*

[Question 2.4] Règlements pluri-communaux (procédure ante loi ENE – ancien L.581-14 II) : Combien y a-t-il de Règlements pluri-communaux dans le département en 2016 ?

[Question 2.5] RLP intercommunaux (RLPi) :

- *Combien y a-t-il de RLP intercommunaux dans le département en 2015 ?*
 - *dont RLPi en vigueur ?*
 - *dont RLPi en cours d'élaboration ?*
- *Combien y a-t-il de RLP intercommunaux dans le département en 2016 ?*
 - *dont RLPi en vigueur ?*
 - *dont RLPi en cours d'élaboration ?*
- *Quelles sont les informations relatives à ces RLPi ?*
- *Quelles sont les informations relatives à ces RLPi en vigueur ?*
- *Quelles sont les informations relatives à ces RLPi en cours d'élaboration ?*

[Question 2.5bis] Des RLPi ont-ils été élaborés conjointement à un Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi) ?

[Question 2.5ter] : Vous avez précisé que des RLPi ont été élaborés conjointement à un PLUi :

- *Combien de RLPi ont été élaborés conjointement à un PLUi ?*
- *Quels sont les RLPi concernés par une élaboration conjointe à un PLUi ?*

[Question 2.6] Y a-t-il eu, dans le département en 2015, une mobilisation de la dotation globale de décentralisation (DGD) pour l'élaboration de RLP ?

[Question 2.6bis] Y a-t-il eu, dans le département en 2016, une mobilisation de la dotation globale de décentralisation (DGD) pour l'élaboration de RLP ?

[Question 2.7] Vous avez précisé que la DGD a été mobilisée pour l'élaboration de RLP :

- *Combien de RLP sont concernés par la mobilisation de la DGD ?*
- *Quels sont les RLP concernés par la DGD ?*
- *Quel montant moyen de la DGD a été distribué ?*

[Question 2.8] Préciser les modalités d'attribution de la DGD aux RLP

Section C: Service Publicité / Instruction

Instruction réalisée au nom du préfet (communes non couvertes par un RLP)

[Question 3.1] Combien de déclarations préalables ont été enregistrées en 2015 ?

[Question 3.1bis] Combien de déclarations préalables ont été enregistrées en 2016 ?

[Question 3.2] Combien d'autorisations préalables ont été instruites en 2015 ?

- *Nombre total d'autorisations préalables instruites ?*
- *Dont demandes d'autorisation concernant des dispositifs lumineux ?*

[Question 3.2bis] Combien d'autorisations préalables ont été instruites en 2016 ?

- *Nombre total d'autorisations préalables instruites ?*
- *Dont demandes d'autorisation concernant des dispositifs lumineux ?*

[Question 3.2ter] Dans le cadre de l'instruction des demandes d'autorisation, combien de demandes ont engendré une consultation de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en 2015 ?

[Question 3.2quater] Dans le cadre de l'instruction des demandes d'autorisation, combien de demandes ont engendré une consultation de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) en 2016 ?

[Question 3.3] Combien d'autorisations préalables ont été délivrées en 2015 ?

- *Nombre total d'autorisations préalables délivrées ?*
- *Dont autorisations délivrées pour des dispositifs lumineux ?*

[Question 3.3bis] Combien d'autorisations préalables ont été délivrées en 2016 ?

- *Nombre total d'autorisations préalables délivrées ?*
- *Dont autorisations délivrées pour des dispositifs lumineux ?*

[Question 3.4] Combien de recours gracieux ont été sollicités suite à un refus d'autorisation en 2015 ?

[Question 3.4bis] Combien de recours gracieux ont été sollicités suite à un refus d'autorisation en 2016 ?

Section D: Service Publicité / Police

Police administrative

[Question 4.1] Combien de procédures amiables ont été réalisées en 2015 ?

- *Nombre total de procédures amiables réalisées ?*
- *Dont procédures amiables suivies d'une mise en conformité ?*

[Question 4.1bis] Combien de procédures amiables ont été réalisées en 2016 ?

- *Nombre total de procédures amiables réalisées ?*
- *Dont procédures amiables suivies d'une mise en conformité ?*

[Question 4.2] Combien de procès verbaux ont été dressés pour des dispositifs en infraction en 2015 ?

[Question 4.2bis] Combien de procès verbaux ont été dressés pour des dispositifs en infraction en 2016 ?

[Question 4.3] Combien d'arrêtés de mise en demeure (AMD) ont été pris en 2015 ?

- *Nombre total d'AMD pris ?*
- *Dont AMD pris suite à une carence du maire (communes dotées de RLP) ?*

[Question 4.3bis] Combien d'arrêtés de mise en demeure (AMD) ont été pris en 2016 ?

- *Nombre total d'AMD pris ?*
- *Dont AMD pris suite à une carence du maire (communes dotées de RLP) ?*

[Question 4.4] Combien de mises en conformité ont été réalisées suite à la prise d'AMD (avant le terme du délai de 15 jours) en 2015 ?

[Question 4.4bis] Combien de mises en conformité ont été réalisées suite à la prise d'AMD (avant le terme du délai de 15 jours) en 2016 ?

[Question 4.5] Combien de déposes d'office ont été mises en œuvre en 2015 ?

[Question 4.5bis] Combien de déposes d'office ont été mises en œuvre en 2016 ?

[Question 4.6] Combien d'amendes administratives ont été émises en 2015 ?

[Question 4.6bis] Combien d'amendes administratives ont été émises en 2016 ?

[Question 4.7] Concernant les moulures, en 2016 :

- *Combien de dispositifs publicitaires ne sont pas conformes à la réglementation en vigueur*
- *Combien de procédures amiables ont été réalisées ?*
- *Combien de procédures amiables ont été réalisées suivies d'une mise en conformité*
- *Combien de procès verbaux ont été dressés pour des dispositifs en infraction ?*
- *Combien d'arrêtés de mise en demeure (AMD) ont été pris ?*

[Question 4.8] Commentaire particulier relatif à la police administrative ?

[Question 4.9] A titre informatif, combien d'irrégularités ont été signalées par des associations de protection de l'environnement en 2015 ?

[Question 4.9bis] A titre informatif, combien d'irrégularités ont été signalées par des associations de protection de l'environnement en 2016 ?

[Question 4.10] A titre informatif, combien d'irrégularités ont été signalées par des maires de communes non dotées de RLP en 2015?

[Question 4.10bis] A titre informatif, combien d'irrégularités ont été signalées par des maires de communes non dotées de RLP en 2016 ?

Section E: Service Publicité / Procédures juridictionnelles : Procédures administratives

Procédures juridictionnelles : Procédures administratives

[Question 5.1] En 2015, de combien de recours devant le tribunal administratif (TA) les services de l'Etat de votre département ont ils fait l'objet pour des affaires concernant la réglementation de la publicité ?

- *Nombre total de recours dont saisine du TA par des associations*
- *Dont saisine du TA par des professionnels*
- *Nombre de saisines du TA par les services de l'Etat*

[Question 5.1bis] En 2016, de combien de recours devant le tribunal administratif (TA) les services de l'État de votre département ont-ils fait l'objet pour des affaires concernant la réglementation de la publicité ?

- *Nombre total de recours dont saisine du TA par des associations*
- *Dont saisine du TA par des professionnels*
- *Nombre de saisines du TA par les services de l'Etat*

[Question 5.2] Quelle a été l'issue de ces contentieux en 2015 ?

- *Nombre de condamnations par l'État*
- *Nombre de procédures encore en cours de jugement*

[Question 5.2bis] Quelle a été l'issue de ces contentieux en 2016 ?

- *Nombre de condamnations par l'État*
- *Nombre de procédures encore en cours de jugement*

Section F: Service Publicité / Procédures juridictionnelles : Procédures judiciaires

Procédures juridictionnelles : Procédures judiciaires

[Question 5.3] Une procédure spécifique avec le Procureur de la République a-t-elle été mise en place au niveau départemental pour la publicité ?

Cela peut se traduire, par exemple, par une coordination entre les services et le Procureur pour le traitement des affaires relatives à la publicité

OUI / NON

[Question 5.3bis] Quelles sont les modalités mises en place en lien avec le Procureur, détaillez :

[Question 5.4] Combien de procédures pénales ont été engagées en 2015 ?

[Question 5.4bis] Combien de procédures pénales ont été engagées en 2016 ?

[Question 5.5] Combien d'amendes pénales ont été prononcées en 2015 ?

[Question 5.5bis] Combien d'amendes pénales ont été prononcées en 2016 ?

Section G: Service Publicité / Commentaires

Commentaires

[Question 6.1] Avez-vous des commentaires ou souhaitez-vous faire part d'autres éléments d'information :

Nous vous remercions d'avoir pris le temps de participer à cette enquête.

Annexe 7 : sites à enjeux

Espaces protégés au sens du Site Patrimonial Remarquable (code du patrimoine) :

En nombre de	Dép 18	Dép 28	Dép 36	Dép 37	Dép 41	Dép 45
Ex Secteurs Sauvegardés approuvés	1 Bourges	1 Chartres	1 Saint-Benoît-du-Sault	5 Amboise Chinon Loches Richelieu Tours	2 Blois Saint-Aignan / Noyers-sur-Cher	0
Ex ZPPAUP approuvées	0	2 Crécy-Couvé/ Aunay-sous-Crécy Illiers-Combray	2 Issoudun Le Blanc	4 Candes-St-Martin Chinon Faye-la-Vineuse Rochechouart	3 Châteauvieux Saint-Dyé-sur-Loire Saint-Viâtre	7 Châteaurenard Ferrières-en-Gâtinais La-Ferté-Saint-Aubin Meung-sur-Loire Orléans Puisseaux Rivière-du-Loiret
Ex AVAP approuvées	0	3 Berchères-sur-Vesgre Anet Saint-Ouen-Marchefroid	1 Châteaurox	2 Beaulieu-Les-Loches Château-Renault	2 Cour-sur-Loire Vendôme	3 Beaulieu-sur-Loire Cerdon Saint-Benoit-sur-Loire
SPR (autre ceux ci-dessus)						

Sites classés ou inscrits, au sens du code de l'environnement :

En nombre de	Dép 18	Dép 28	Dép 36	Dép 37	Dép 41	Dép 45
Sites classés	10	7	12	30	11	32
Sites inscrits	19	23	23	70	33	26

Source portail Internet DREAL Centre-Val de Loire 18/01/17

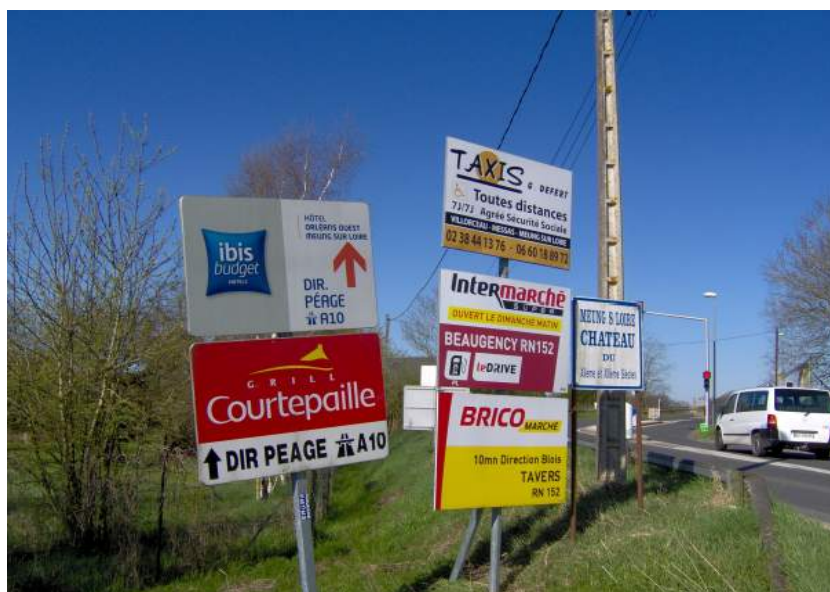
Biens inscrits sur la liste du Patrimoine Mondial UNESCO :

- la cathédrale de Chartres (26 octobre 1979), dans le département d'Eure-et-Loir ;
- la cathédrale de Bourges (15 décembre 1992), dans le département du Cher ;
- la collégiale Saint-Étienne à Neuvy-Saint-Sépulchre, figurant parmi les sites du bien des chemins de Saint-Jacques de Compostelle en France (5 décembre 1998), dans l'Indre ;
- le Val de Loire, depuis Sully-sur-Loire dans le Loiret jusqu'à Chalonnes-sur-Loire dans le Maine-et-Loire (30 novembre 2000), objet du plan de gestion du 15 novembre 2012 et dont un extrait figure ci-dessus.

Annexe 8 : glossaire

ABF	Architecte des Bâtiments de France
AVAP	Aire de mise en Valeur Architecturale et Paysagère
BBZ	Budget Base Zéro
BOP	Budget Opérationnel de Programme
CAR	Comité de l'Administration Régionale
CDNPS	Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites
CE	Code de l'Environnement
DDT	Direction Départementale des Territoires
DGD	Dotations Globales de Décentralisation
DREAL	Direction Régionale de l'Environnement de l'Aménagement et du Logement
DRAC	Direction Régionale des Affaires Culturelles
LCAP	Loi Création Architecture et Patrimoine (promulguée en 2016)
MH	Monument Historique
PLU	Plan Local d'Urbanisme
PLUi	Plan Local d'Urbanisme intercommunal
PMR	Personne à Mobilité Réduite
PNR	Parc Naturel Régional
RLP	Réglement Local de Publicité
RLPi	Réglement Local de Publicité intercommunal
SBLAD	Service Bâtiment Logement Aménagement Durables
SS	Secteur Sauvegardé
STAP	Service Territorial Architecture et Patrimoine (devenue UDAP)
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Secteur Patrimonial Remarquable
UDAP	Unité Départ. Architecture et Patrimoine
UPE	Union de la Publicité Extérieure
ZPPAUP	Zone de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager
ZPR	Zone de Publicité Restreinte

Annexe 9 : photos avant/après



Exemple de premiers résultats (source DDT 45)





Exemple de premiers résultats (source DDT 18)



Contact :

Direction Régionale de l'Environnement de l'Aménagement et du Logement Centre-Val de Loire
Service Bâtiment Logement Aménagement Durables (SBLAD)

club-publicite.dreal-centre@developpement-durable.gouv.fr
02 36 17 45 91

Ministère de la Transition
écologique et solidaire
92055 La Défense CEDEX
Tél. : 01 40 81 21 22



www.ecologique-solidaire.gouv.fr