



Pratique et rapide,
la cotisation en ligne

La force de *Paysages de France*, c'est vous !
Votre adhésion est le moteur de l'action.

Projets de RLP, course de fond... et d'obstacles !

La crise sanitaire a considérablement ralenti la mise en œuvre des révisions de règlements de publicité, ce qui a permis à *Paysages de France* de « souffler » un peu et de faire le point : plus de 200 projets suivis, dont la moitié ont été approuvés définitivement, l'autre moitié étant encore à l'étude.

Le suivi des RLP constitue en effet pour l'association une véritable course de fond, débutée en 2017 et qui devrait prendre fin en 2022. Course, qui plus est, semée d'embûches avec :

- des **communes et intercommunalités** laissant de côté les enjeux environnementaux actuels pour se contenter d'objectifs d'une banalité affligeante, tels que « *Préserver le cadre de vie et la qualité paysagère du territoire, tout en prenant en compte les besoins en communication des acteurs économiques* » (Tours Métropole Val de Loire), « *Concilier la protection des paysages et du cadre de vie, bien commun à tous, avec la liberté d'expression, du commerce et de l'industrie* » (le Grand Chalons) ;

- des **bureaux d'études** répétant leurs projets formatés d'une collectivité à l'autre, avec une forte tendance à privilégier la publicité sur mobilier urbain, des projets mal écrits renvoyant inutilement à des articles du Code de l'environnement, des règlements très longs contenant de nombreux copier-coller ou encore des règlements plus resserrés mais quasi identiques ;

- une **concertation** avec les associations de défense de l'environnement parfois limitée au strict minimum (par exemple, une seule réunion sur le RLPi d'Orléans Métropole – la responsable du projet refusant même de communiquer à l'association le projet arrêté !) ;

- des **CDNPS** (commissions regroupant préfet, DDT, afficheurs et associations) qui donnent systématiquement un avis favorable aux projets présentés ;

- des **commissaires enquêteurs** qui ménagent la chèvre et le chou, justifiant leur avis favorable par la position médiane que tiendraient les collectivités entre les demandes effrénées des afficheurs et celles trop pressantes de *Paysages de France* ! Reconnaissons toutefois le sérieux de certains, comme celle de

Saint-Denis de la Réunion qui soumet chaque proposition de *Paysages de France* à la commune en lui demandant une réponse argumentée, alors que d'autres prennent résolution parti en faveur de la collectivité, tel le commissaire enquêteur de Reims qui assène un argument-choc : « *Ces positions relèvent d'un manifeste "antipublicitaire"* », écartant d'un trait de plume toutes nos propositions.

Des résultats encourageants malgré tout

- Certaines CDNPS ont soumis leur avis favorable à des modifications substantielles : Montpellier Méditerranée Métropole doit modifier le plan de zonage et limiter la densité des publicités sur mobilier urbain ; Roanne doit revoir le mode de calcul de la surface des publicités (hors tout et non surface utile).

- Des commissaires enquêteurs ont demandé que soient suivies des préconisations de *Paysages de France* : Charleville-Mézières (règle d'extinction nocturne pour une zone commerciale, modification du plan de zonage), Montpellier Méditerranée Métropole (limitation du nombre de zones, application stricte des règles d'extinction nocturne), Melun (publicité numérique interdite et extinction des panneaux lumineux de 21 h à 7 h).

- Enfin, des collectivités ont pris des mesures positives, même si elles restent timides face aux enjeux environnementaux : Tarascon (interdiction de la publicité scellée au sol sauf en zone d'activités ou encore extinction des enseignes lumineuses entre la fermeture et l'ouverture), Grenoble Alpes Métropole ou Frontignan (limitation de la publicité à 4 m²), Romorantin (interdiction des publicités et enseignes numériques), Angers Loire Métropole (interdiction des bâches publicitaires), le Grand Poitiers (extinction des enseignes une heure après la fermeture), Mougins (interdiction des enseignes scellées au sol lorsque la façade n'est pas visible de la voie publique)...

Paysages de France aura ainsi permis de vraiment mettre le sujet sur le tapis tout en améliorant certains projets de façon significative.

Appels du ministère : mobilisation générale !

Les appels successifs du ministère de l'Écologie depuis 2016 se poursuivent. Les changements de ministres, pas plus que nos demandes réitérées de les rencontrer, n'auront permis de mettre un terme à ce scandale. Pour multiplier les moyens de contrer ces pitoyables attaques, un adhérent nous a proposé d'interpeller son député afin qu'il demande à la ministre les raisons de ces recours. Qu'il soit ici remercié : nous avons trouvé l'idée excellente et avons donc proposé à tous les adhérents d'en faire autant, leur envoyant un message « clé en main » pour faire la même chose avec les députés et sénateurs de leur secteur. C'est ainsi que, grâce à votre réactivité et à votre implication, environ 130 parlementaires ont reçu un message leur demandant de questionner la ministre, accompagné d'une proposition de question écrite exigeant des éclaircissements sur les appels du ministère.

Plusieurs parlementaires se sont déjà montrés très surpris, et donc solidaires ; ils ont déposé une question écrite à laquelle, elle n'a pas le choix, la ministre sera tenue de répondre. Une question orale est aussi en préparation, la ministre devant cette fois s'expliquer dans l'hémicycle.

Tout comme nous, ces députés et sénateurs s'interrogent devant cet acharnement à défendre des préfets qui refusent d'appliquer le Code de l'environnement. Barbara Pompili s'appliquera-t-elle ce qu'elle demande pour autrui, comme elle l'a récemment déclaré sur

France-Info (« *Le glaive de la Justice va s'abattre enfin sur les bandits de l'environnement* ») ?

À suivre, les réponses n'étant apportées en général qu'au bout de plusieurs mois ; mais, grâce à vous, la question des ravages de la publicité extérieure et du comportement inadapté d'une ministre se posera à l'Assemblée et au Sénat. Puisse cette démarche faire cesser ce « *silence assourdissant* », comme dirait Camus.



Dans le Cher en 2015. Si l'appel de la ministre aboutit, faudra-t-il réinstaller ce panneau désormais démonté ?

Pompili : la France qui ose !

La France possède ce charme indicible d'être le pays du paradoxe absolu. Celui où un petit homme aurait dit qu'impossible n'est pas français, cela peu avant de lui faire subir la plus grande déroute de son histoire, sur une « mome plaine » que pas même un panneau publicitaire ne venait en effet égayer. Celui où, selon la légende familiale, l'un de mes grands-oncles maternels aurait affirmé, en 1939 : « Quand bien même la France voudrait perdre la guerre, elle ne le pourrait pas ! » *Y porque* ? Mais, par Toutatis, *porque es Francia*, tout simplement !

Eh bien, pour l'environnement, c'est pareil : *we are the champions* toutes catégories. La preuve ? C'est Royal (Ségolène), la madone de l'Écologie, qui a donné le coup d'envoi, en 2016, avant d'hiberner : quatre petits appels frileux devant les cours de Versailles, Bordeaux et Lyon. Histoire de briser la glace, de s'échauffer un peu en attaquant quatre jugements rendus en faveur de *Paysages de France*. Peine perdue : les cours en question lui ont renvoyé la balle. Puis il y a eu de Rugby : entre deux homards qui allaient le tuer, il a pris le temps d'imiter la madone. Bome enfin, qui s'est bornée, faute de temps sans doute – oh ! hé ! hein ! bon ! – à deux appels.

Tout cela était donc encore petit, étrié, un peu trop petiot. Puis vint enfin Barbara Pompili. La classe. Une écolo vraie

de vraie. Treize de ses prédécesseurs n'avaient pas osé contester les jugements déjà rendus alors (soixante-quinze) en faveur de *Paysages de France*. Le défi de Barbara Pompili ? Faire plus fort, plus grand, plus fou (au sens dalinien du terme) que Royal, de Ruyg et Bome ? Et, en effet, il fallait le faire : la ministre française de l'Écologie, cette fois-ci, frappe très fort. Elle y va franco. Que demande-t-elle, elle, la diva du droit de l'environnement, devant la cour d'appel à la porte de laquelle elle a frappé ? Que la justice admette une fois pour toutes que l'application de la loi (en l'occurrence du Code de l'environnement) relève, tout simplement, du fait du prince. Que lorsque des infractions au Code de l'environnement sont avérées, confirmées par la justice et jamais contestées par quiconque à commencer par la ministre elle-même, il faut surtout qu'elles perdurent. Même lorsque, à la suite d'une décision de justice, elles ont cessé – les publicités, puisqu'il s'agit de cela, ayant été démontées.

Pourquoi ? Parce que, tout simplement, plaide-t-elle devant la cour d'appel, « *l'autorité en matière de police [...] dispose d'un pouvoir discrétionnaire* ». Et que, lorsqu'on est ministre de l'Écologie en France, tout est possible, même ce qui paraît « impossible ». Et « *ça, c'est la France !* », comme on dit à Las Vegas.

La préfète de la Gironde condamnée trois fois le même jour !

Alors que le préfet de la Gironde avait déjà été condamné en 2019 pour avoir refusé de faire appliquer le Code de l'environnement dans une commune du parc naturel régional (PNR) des Landes de Gascogne, la préfète actuelle a décidé de continuer sur la lancée de son prédécesseur. Ainsi, le 12 novembre dernier, le tribunal administratif de Bordeaux jugeait pas moins de trois requêtes portées par *Paysages de France*. Trois jugements qui ont mené à trois condamnations. Cette fois encore, les dossiers concernaient des communes du PNR, zone normalement bien protégée de l'affichage publicitaire (toute publicité y étant a priori interdite) et qui devrait être exemplaire. Les préfets, en tant que représentants de l'État, sont pourtant tenus, et c'est le moins, d'appliquer les mesures, déjà insuffisantes, destinées à protéger l'environnement. Il s'agissait ici de faire démonter ou mettre en conformité plus d'une centaine d'enseignes et publicités en infraction, dont l'existence d'une seule justifierait déjà l'intervention de la préfète.

Cette dernière a-t-elle décidé de prendre un abonnement pour des condamnations ? S'agit-il d'une forme de soutien ou de complicité avec les afficheurs, pollueurs des paysages ?

Hélas pour elle, *Paysages de France* continuera de dénoncer ces infractions, et bien d'autres, qu'elle est tenue de faire cesser.



Le mobilier urbain, cheval de Troie des afficheurs

Au début de l'été, deux tribunaux administratifs (Amiens et Nancy) ont condamné à quelques jours d'intervalle les préfets de l'Aisne et des Vosges pour avoir laissé du mobilier urbain privilégier la publicité au détriment des informations municipales. Le Code de l'environnement stipule en effet que ces panneaux ne peuvent supporter de la publicité qu'« à titre accessoire eu égard à [leur] fonction », qui doit principalement être de diffuser des informations locales, artistiques ou culturelles.

À Vauxbuin (Aisne), seule la face publicitaire de toute une série de panneaux en entrée de ville était visible des automobilistes. Quant à Épinal, ce sont neuf panneaux numériques, des « télé géantes » extrêmement agressives, qui diffusent la plus grande partie du temps des publicités commerciales, les informations de la ville étant minoritaires et reléguées aux heures les plus calmes de la journée.

La demande de *Paysages de France* pour que cessent ces infractions est-elle « exagérée », puisque les dispositifs incriminés pourraient rester en place s'ils étaient mis en conformité, avec un impact paysager aussi fort (quoique souvent moins agressif), qu'il s'agisse d'une publicité ou d'une information municipale ? Non, notre démarche de dénonciation du dévoiement du rôle de ce mobilier urbain va au-delà : il se trouve que bon nombre de ces dispositifs sont, dès le départ, installés avec le but de disposer de panneaux extrêmement bien situés, là où les dispositifs classiques sont interdits (centres-villes, abords des monuments historiques...). Si nos actions rendent ces publicités bien moins visibles, il est probable que le

nombre (considérable !) de dispositifs de mobilier urbain diminuera, les afficheurs n'y trouvant plus leur compte. Les panneaux de Vauxbuin ont d'ailleurs tous été démontés, alors que, en inversant simplement leurs deux faces, on faisait disparaître l'infraction... À Épinal, la diminution des créneaux réservés à la publicité pourrait rendre ces panneaux numériques beaucoup moins rentables. Jusqu'à... leur disparition ?

C'est dire si le bras de fer engagé sur cette question n'est pas si anecdotique. Encore faudrait-il éclaircir les motivations des élus qui décident de leur installation. Comment une commune, prétendant apporter des services à sa population, peut-elle accepter que les informations qu'elle souhaite diffuser soient peu ou pas visibles ? « Si nous convenons que les affiches pour la ville n'ont pas toutes une parfaite visibilité, il faut être conscient de la nécessité d'une attention particulière avec le partenaire pour que la publicité permette leur financement », ose-t-on nous répondre. Une commune défendrait-elle l'installation de panneaux ne répondant pas à leur destination première, dégradant en passant ses paysages urbains pour des années ? Oui.



Les membres de *Paysages de France* sont déjà nombreux à apprécier les livrets réalisés par l'association, ces outils pour comprendre la réglementation et connaître sa « doctrine » en matière d'affichage publicitaire, celle qu'il faut défendre chaque fois que l'occasion de parler en son nom se présente. Nombreux aussi sont celles et ceux qui participent aux réunions consacrées à l'élaboration des règlements locaux de publicité organisées par les collectivités concernées. Et, grâce à cela, aussi grands que soient les obstacles, les pressions (des afficheurs) et les compromissions (d'élus), nos idées font leur chemin, pas à pas, petit à petit, et même parfois avec éclat, lorsque, comme à Grenoble, des arbres sont plantés en lieu et place de panneaux. Ou quand tel commissaire enquêteur de la Nouvelle-Aquitaine appelle l'association pour dire qu'il fera siennes ses propositions. Ou que l'une des trois plus grandes métropoles de France, celle de Lyon, décide de remettre son projet à plat et remercie chaleureusement *Paysages de France* pour son implication passée et future... Et l'on pourrait multiplier ces exemples d'avancées « arrachées », contre vents et marées, ici ou là, grâce à l'engagement d'adhérentes et d'adhérents de *Paysages de France* et donc grâce aux bonnes raisons de dire oui aux mesures proposées et demandées par l'association.



Car il ne s'agit pas d'escamoter les questions de fond, comme le voudraient notamment les bureaux d'études

qui accompagnent les collectivités ainsi que les afficheurs qui, désormais, se font fort de défendre la planète... en la détruisant. Comment aujourd'hui, en effet, pourrait-on continuer à faire comme avant ? À ne tenir aucun compte des enjeux environnementaux cruciaux que l'actualité ne cesse désormais de nous rappeler chaque jour ? Aucun compte du droit de tous les citoyens d'un même territoire à bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie et de leur environnement et donc à ne pas avoir à subir un zonage créateur de discriminations ? Comment pourrait-on continuer à bâtir des projets de RLP dont l'une des premières mesures consisterait à défaire les protections instaurées par le Code de l'environnement ? Dont l'autre serait d'autoriser l'installation (souvent massive) de panneaux publicitaires sur les trottoirs et de faire ainsi de la collectivité celle qui agit exactement à l'inverse de tout ce que l'urgence climatique devrait lui imposer naturellement de faire ?

Autant de questions pour ouvrir, nourrir et enrichir le débat, résumées dans le tout nouveau livret « *Le règlement local de publicité, un enjeu environnemental et sociétal majeur* ». Et conduire nos élus à faire de leur RLPi l'un des outils permettant d'apporter localement une réponse concrète aux défis de notre temps.

Le livret en question est téléchargeable sur le site de *Paysages de France*, rubrique « Découvrir nos actions » puis « RLP : mesures minimales ».

Prix de la France moche, c'est du joli...

Il y a un an, nous vous proposons de nous envoyer des photos de votre « France moche », telle que vous la rencontrez dans votre proche environnement. Ce fut un « beau » succès, nous avons reçu de nombreuses photos montrant des atteintes aux paysages effrayantes ! Merci pour votre participation qui démontre hélas que nos combats ne sont pas près de s'achever...

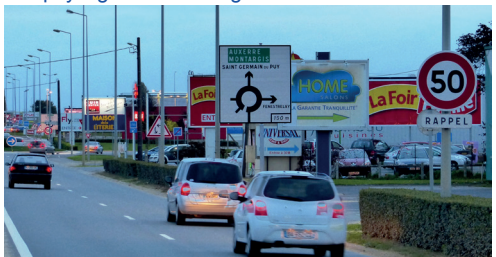
La lutte contre l'envahissement publicitaire étant d'actualité avec la révision de nombreux règlements de publicité à travers toute la France, nous avons choisi de « récompenser » quatre communes se distinguant particulièrement dans ce domaine avec quatre catégories créées pour l'occasion. Nous avons privilégié l'ironie, parfois plus efficace qu'une « attaque » frontale. Grand bien nous en a pris puisque la parution de notre palmarès a déclenché une avalanche de sollicitations de la presse, friande de ce type d'évènement. Pas de réaction directe, en revanche, des élus des communes « récompensées », si ce n'est un peu d'agacement dans la presse. Dommage, puisque notre but n'était pas de stigmatiser tel ou tel, mais bien de sensibiliser sur la laideur, parfois non perçue, des paysages du quotidien et d'inciter à y remédier !

Le succès de ces prix de la France moche, tant auprès des adhérents que dans la presse, a conforté notre

envie de rendre cet évènement annuel. Le concours de l'année prochaine se profile donc déjà ! Nous lançons dès maintenant un appel aux photographes de tout poil pour dénicher les futurs lauréats 2021 !

- **Prix du fleurissement publicitaire : Alès (Gard)**
- **Prix de la « mise en valeur » du patrimoine : Aubenas (Ardèche)**
- **Prix spécial pour l'ensemble de son « œuvre » : Saint-Germain-du-Puy (Cher)**
- **Prix de la [triste] banalité : Saint-Jean-de-la-Ruelle (Loiret)**

Le palmarès détaillé et les photos sont visibles sur paysagesdefrance.org



Saint-Germain-du-Puy (Cher) : prix spécial pour l'ensemble de son « œuvre »