

Fini les enseignes qui polluent le paysage

Elles se multiplient le long des routes, dégradent le paysage, mais d'ici cinq ans, les enseignes publicitaires situées aux entrées des villes seront moins voyantes. C'est l'objectif d'une nouvelle loi votée dans le cadre du Grenelle 2.

C'est une mise à mort lente et discrète mais certaine. Après l'adoption définitive, le 29 juin dernier, de la loi du Grenelle 2, les enseignes publicitaires qui jalonnent les routes départementales et nationales aux

entrées de villes devront disparaître du paysage d'ici cinq ans. D'après la nouvelle législation (voir encadré), seuls les panneaux indiquant les commerces du terroir, les activités culturelles et les monuments historiques auront encore droit de cité

aux abords des communes. Mais les hôtels, stations d'essence, garages et restaurants devront attirer le chaland différemment. Une petite victoire pour les associations comme Paysages de France ou le collectif des Déboulonneurs qui dénoncent depuis des années l'effet désastreux de ces réclames qui se multiplient parfois illégalement en pleine campagne. « C'est une avancée, reconnaît Nico-

« L'affichage sera géré par la région ou l'Etat

NICOLAS HERVÉ, DU COLLECTIF DES DÉBOULONNEURS

las Hervé, du collectif des Déboulonneurs. L'idée est de regrouper les indications sur de discrets panneaux d'orientation dans un endroit précis et d'harmoniser l'affichage qui sera géré par la région ou l'Etat », ex-

plique-t-il. « Il y a un désir de mettre de l'ordre, mais cette loi peut aussi accoucher d'une souris ! » prévient Pierre-Jean Delahousse, le président de l'association Paysages de France qui attend les décrets d'application. « La préfecture ou le département doivent faire en sorte que la nouvelle loi soit respectée, estime Nicolas Hervé. Et sans un contrôle régulier effectué par un personnel compétent, elle ne le sera pas ! » redoute-t-il.

BÉRANGÈRE LEPETIT

Dans une forêt de panneaux, le long de la N 31



VENETTE (OISE), LE 30 JUIN. Eric HafTier et ses amis de l'association Paysages de France en Picardie recensent depuis 1992 les enseignes envahissantes particulièrement nombreuses aux abords de Compiègne.

(L.P./ARNAUD DUMONTIER)

Ce que dit la loi

La loi dite Grenelle 2 adoptée définitivement par l'Assemblée nationale mardi 29 juin supprime les « préenseignes dérogatoires » définies par le Code de l'environnement. Hors agglomération, toute publicité est interdite, sauf les préenseignes soumises à dérogation, ces panneaux situés le long des routes aux abords des communes et destinés à signaler les services publics d'urgence ou activités utiles aux automobilistes (stations-essence, garages, hôtels et restaurants). Ces réclames, d'une surface de 1,5 m² au maximum, sont situées à 5 km maximum de l'entrée des villes et séparées par une distance minimale de 100 m. Avec le nouveau texte du Grenelle 2, les dérogations ne concernent plus que la vente de produits du terroir, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts au public. Pour mieux se fondre dans le paysage, ces préenseignes seront harmonisées dans des conditions définies par décret en Conseil d'Etat. Les professionnels (commerçants et afficheurs) ont cinq ans pour mettre leurs dispositifs publicitaires aux normes.

B.L.

COMPIÈGNE (OISE)
DE NOTRE ENVOYÉE SPÉCIALE

« Ici, le panneau de la station-essence est légal, mais celui du magasin de bricolage complètement illégal », explique Eric HafTier avec son regard affûté. Le responsable de l'association Paysages de France en Picardie arpente sous un soleil de plomb un champ de maïs le long de la route nationale 31. Aux abords de la petite commune de Venette, à l'orée d'une zone d'activités importante, la route arborée prend des allures de forêt d'enseignes indiquant aux automobilistes de multiples garages, stations-essence et hôtels des environs.

« C'est l'un des gros points noirs de la région, bien connu des services du département, explique-t-il. Mais à l'horizon 2015, avec la nouvelle loi du Grenelle 2, toutes ces préenseignes devront avoir disparu », se félicite Eric HafTier, qui comptabilise ici une trentaine de panneaux sur une portion de route longue de 2 km.

Des contrôles sur les préenseignes... une fois par an

Depuis des années, l'associatif sillonne la région muni de son appareil photo pour immortaliser les panneaux voyous et les signaler à la préfecture. Certains disparaissent, d'autres éclosent un peu plus loin. A l'association Paysages de France, on lutte depuis 1992 contre toutes les formes de pollution visuelle, « tous ces panneaux, enseignes, préenseignes et publicités qui enlaidissent notre cadre de vie bien trop souvent illégalement ».

« En pleine campagne, c'est la catastrophe ! s'alarme Pierre-Jean Delahousse, président et fondateur de l'association. Ce qui pose problème, c'est la multiplication des préenseignes de la grande distribution. Théoriquement, leur nombre est limité, mais les mairies et préfectures

n'ont pas assez de moyens pour contrôler les abus. » Et pourtant, à Compiègne, la mairie se félicite d'avoir « un train d'avance sur la loi ». « On veut que le commerce marche bien, mais pas au détriment de l'environnement », défend le premier adjoint au maire (UMP), Michel Foubert, qui mise sur « la pédagogie et la concertation » avec les commerçants. Depuis deux ans, la communauté d'agglomération a aussi mis en place une taxe sur la publicité et fait appel à un cabinet extérieur pour exercer des contrôles... une fois par an. Résultat ? « Le nombre de panneaux illégaux a considérablement réduit », assure Michel Foubert, tout en convenant que de nombreux « points noirs » subsistent. « C'est un travail de longue haleine, mais c'est dans l'intérêt des commerçants que les villes restent attractives », veut croire l'élu. Et pour cause. En 2007, selon une enquête Ipsos, 79 % des Français jugeaient la publicité « envahissante ».

B.L.

« Une catastrophe pour le marché local ! »

EMMANUEL DUPONT • délégué général du Syndicat national de la publicité extérieure

« La disparition des préenseignes va nuire aux petites entreprises locales et renforcer les grosses machines ! » déplore Emmanuel Dupont, délégué général du Syndicat national de la publicité extérieure (SNPE), qui regroupe 85 sociétés d'affichage, pour la plupart des PME (petites et moyennes entreprises).

« Avec la nouvelle loi du Grenelle 2, les petits hôtels ne pourront plus se signaler aux automobilistes. En revanche, les Novotel et Ibis situés le long des rocades continueront d'attirer les regards, redoute-t-il. Près de la moitié de nos entreprises spéciali-

Les petits hôtels ne pourront plus se signaler

sées dans les préenseignes dérogatoires aux abords des communes, vont faire faillite, poursuit-il. C'est une vraie catastrophe pour le marché local ! » Le responsable syndical évoque aussi la question des agriculteurs, « déjà fortement impactés par la crise, qui auront à subir la suppression des loyers des annonceurs, entre 150 € à 200 € annuels par préenseigne installée sur leur terrain ».

B.L.