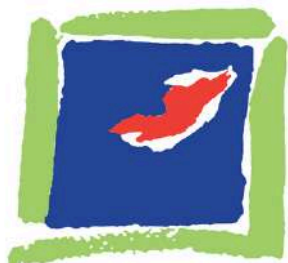


20
24



Paysages de France
Le paysage, ça vous regarde !

“Les paysages font partie
du patrimoine commun de la nation »



(Loi du 2 février 1995)

SOMMAIRE

Rapport moral	03
Rapport d'activités	
Le transfert du pouvoir de police.....	04
Lutte contre l'affichage illégal.....	05
Vitesse de croisière pour les RLP.....	07
Judiciaire : menace sur les dossiers en cours.....	08
Prix de la France moche : encore et toujours.....	11
Formations, conseils, sollicitations.....	14
Sylvain, notre salarié.....	16
Les avis de Paysages de France.....	17
Communication.....	19
Actions de sensibilisation.....	21
Vie de l'association.....	23
Rapport financier	24

UNE ANNÉE MOUVEMENTÉE

2024, année de grands bouleversements pour Paysages de France. Entamée avec le transfert du pouvoir de police aux maires (merci pour le cadeau, madame la ministre), elle s'est poursuivie avec l'embauche d'un salarié à temps partiel et toutes les tracasseries administratives afférentes, embauche rendue indispensable pour soutenir le travail des bénévoles.

Le premier semestre aura été consacré à former le salarié en interne, à mettre à jour tous les documents concernés par les nouvelles lois et décrets régissant l'affichage publicitaire et à mettre en place de nouveaux moyens à disposition des adhérents pour leur faciliter la tâche lors du signalement d'infractions.

En parallèle, de très nombreux dossiers d'infraction ont été réalisés permettant de valider (ou non) les nouvelles procédures, l'objectif étant d'aboutir à une visibilité accrue de nos actions pour nos adhérents, mais aussi pour le grand public.

Le feuillet du renouvellement de l'agrément ministériel a alimenté le contenu de nombre de réunions tout au long de l'année, auquel il faut ajouter la demande pour l'association à être reconnue d'utilité publique et la modification des statuts qui en découlait.

Enfin, l'affaire Montalieu-Vercieu a été jugée et le maire débouté de toutes ses demandes, renforçant la crédibilité de l'opération "Prix de la France moche". Pierre-Jean Delahousse avait beaucoup travaillé sur ce dossier, cela n'a pas été vain. Qu'il en soit ici remercié.

Nos moyens d'actions se sont renforcés mais nos objectifs restent intangibles : préserver nos paysages, y compris ceux du quotidien, contre les nuisances d'activités économiques n'ayant comme finalité que le profit, et bien souvent avec le consentement d'élus prêts à vendre l'espace public, bien commun des citoyens.

Face aux enjeux écologiques actuels, défendre les paysages pourrait paraître anecdotique. Mais n'est-ce pas un combat vital à mener pour vivre ensemble dans un environnement apaisé, respectueux de la nature, de la biodiversité, des ressources naturelles et du patrimoine en général, qu'il soit naturel ou créé par la main de l'homme ?

Merci à tous nos adhérents pour leur soutien dans ce combat, certes, à armes inégales, mais primordial.



Jean-Marie Delalande,
président de Paysages de France

LE TRANSFERT DU POUVOIR DE POLICE

Paysages de France s'est violemment opposé à cette modification qui, rappelons-le une dernière fois, aurait soit-disant été demandé par la Convention citoyenne pour le climat, selon Barba Pompili.

La loi Climat et résilience du 22 août 2021 a donc prévu la décentralisation de la police de la publicité à compter du 1er janvier 2024 : le préfet ne dispose plus d'aucun pouvoir de police concernant les collectivités sans RLP, ni de possibilité de se substituer aux maires qui refusent de mettre en œuvre les dispositions du RNP ou du RLP pour les autres.

Mais il aura fallu attendre la loi de finances du 29 décembre 2023 pour enfin en connaître les modalités pratiques, résultat très probable de négociations de dernière minute avec l'association des maires de France qui ont tout fait pour que les maires puissent *in fine* conserver le pouvoir de police, celui-ci étant, dans la version initiale, transféré automatiquement au président de l'EPCI.

	A partir du 1er janvier 2024	A partir du 1er juillet 2024	A partir du 1er août 2024	
EPCI compétent PLU/RLP transfert automatique	Compétence Maire	Aucun maire opposé au transfert à EPCI	Si un ou plusieurs maires se sont opposés au transfert avant le 1er juillet 2024	
			Le président EPCI n'a pas renoncé au transfert	Le président EPCI a renoncé au transfert
EPCI non compétent PLU/RLP	Compétence Maire	Compétence Président EPCI	Maire non opposé = Compétence président EPCI	Compétence Maire
			Maire opposé = Compétence maire	

L'association, qui avait saisi les maires depuis le 1er janvier 2024, devra donc tout reprendre lorsque c'est le président de l'EPCI qui dispose maintenant du pouvoir de police !

Ce transfert en direction des collectivités locales s'est effectué sans moyen supplémentaire pour celles-ci. Aucun moyen financier pour compenser cette charge nouvelle, aucune formation en direction des élus et administratifs (hormis de rares formations assurées par le CNFPT).

Afin d'aider les communes, une administratrice de l'association a réussi à participer à une formation de quatre demi-journées sur le sujet, permettant de compléter le site internet « Agence 581 » avec toute une partie concernant la mise en œuvre de la police de la publicité.

Un document de synthèse a ensuite été produit par l'association et mis à disposition des maires concernés par nos dossiers d'infraction.

Pour l'État, les paysages (et le respect de la réglementation de l'affichage) ne semblent vraiment pas une priorité, rendant l'activité de l'association encore plus nécessaire.

LUTTE CONTRE L’AFFICHAGE ILLÉGAL

LES NOUVEAUX DOSSIERS D’INFRACTION

Avec la mise en place d’une nouvelle interface pour la saisie des infractions par les adhérents, les signalements ont été très nombreux, principalement en Loire-Atlantique et en Maine-et-Loire, mais plusieurs autres départements sont également concernés : Haute-Corse, Hérault, Pas-de-Calais, Haut-Rhin, Dordogne, Aisne, Hauts-de-Seine, Gironde, Nord, Indre-et-Loire, Aude, Yvelines, La Réunion, Tarn-et-Garonne.

Le transfert de compétence des préfets vers les maires contraint désormais l’association à réaliser un dossier par commune, alors que la procédure précédente permettait de regrouper plusieurs communes dans un seul dossier.

Albias	Divatte-sur-Loire	Machecoul-Saint-Même	Saint-Georges-sur-Loire
Amboise	Drefféac	Mauves-sur-Loire	Saint-Gildas-des-Bois
Ancenis-Saint-Géréon	Essômes-sur-Marne	Missillac	Saint-Hilaire-de-Chaléons
Arzens	Fégréac	Montalzat	Saint-Jean-d’Illac
Assérac	Frossay	Monteils	Saint-Magne
Attin	Guémené-Penfao	Montrelais	Saint-Michel-Chef-Chef
A vessac	Guenrouet	Orée d’Anjou	Saint-Nazaire
Bécon-les-Granits	Jacou	Oudon	Saint-Nicolas-de-Redon
Besné	La Bernerie-en-Retz	Paulx	Saint-Père-en-Retz
Borgo	La Chapelle-des-Marais	Pessac	Saint-Viaud
Campbon	La Chevrolière	Plessé	Septfonds
Caussade	La Plaine-sur-Mer	Pont-Saint-Martin	Sévérac
Champtocé-sur-Loire	Le Cellier	Pornic	Touvois
Chaumes-en-Retz	Le Crès	Port-Saint-Père	Trélissac
Chauvé	Le Port	Préfailles	Trignac
Conflans-Ste-Honorine	Legé	Prinquiau	Vair-sur-Loire
Conquereuil	Les Moutiers-en-Retz	Quilly	Villeneuve-en-Retz
Corsept	Lewarde	Réalville	Vue
Courbevoie	Limoges	Saint-Brevin-les-Pins	Wihir-au-Val
Derval	Loireauxence	Saint-Florent	Wintzenheim

Communes ayant fait l’objet d’un dossier d’infraction en 2024

Les principales infractions relevées concernent les préenseignes installées hors agglomération (en infraction avec la réglementation de 1979 ou de 2010 !), les publicités scellées au sol en agglomération de moins de 10 000 habitants et hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les enseignes trop hautes, dépassant la surface maximum autorisée, sur toiture en lettres non découpées...



*Préenseigne hors agglomération
Ancenis Saint-Géréon (44)*

DES DÉMONTAGES QUI TARDENT À VENIR...

Là encore, le transfert de compétence des préfets vers les maires a été lourd de conséquences : ce transfert s'est effectué au 1er janvier 2024 sans moyen supplémentaire pour les communes, certaines ne disposant pas des compétences suffisantes pour mettre en conformité ou supprimer les dispositifs illégaux. Enfin, la proximité des élus avec les afficheurs ou annonceurs n'a pas favorisé la mise en œuvre de nos demandes.

Malgré tout, certains maires ont pris les choses en main et ont fait preuve de volontarisme, reconnaissant que les situations d'illégalité ne pouvaient perdurer.

- Assérac
- Caussade
- Champtocé-sur-Loire
- Conquereuil
- Divatte-sur-Loire
- La Chapelle-des-Marais
- La Plaine-sur-Mer
- Le Port
- Loireauxence
- Montrelais
- Préfaïlles
- Prinquiau
- Quilly
- Réalville
- Saint-Augustin-des-Bois
- Saint-Georges-sur-Loire
- Saint-Magne
- Septfonds
- Trignac

Le prix de la France moche pour l'enseigne SFR aura porté ses fruits : quelques semaines plus tard, un bon coup de peinture (à terminer...) et le pylône de téléphonie mobile, même s'il conserve sa grande taille, s'intègre mieux dans le paysage réunionnais.



*Démontages effectués
ou en cours dans ces
communes*



*Préenseignes à Réalville
(Tarn-et-Garonne)*

VITESSE DE CROISIÈRE POUR LES RLP(I)

Aix-les-Bains
Amboise
Angers
Annecy
Avoine
Besançon
Castelnaudary
Dives-sur-Mer
Domme
Le Havre
Les Allues
Lille
Marmande
Metz
Pau
Rumilly
Saint-Leu
Saint-Martial-de-Nabirat
Saint-Martin-de-Ré
Saint-Paul
Salles
Sancerre
Serra-di-Ferro
Vaux-le-Pénil
Villefranche-du-Périgord

Les communes et sièges d'EPCI ayant fait l'objet d'un suivi du RLP(i) par Paysages de France en 2024

Activité toujours soutenue pour les projets de règlements locaux de publicité : toutes les métropoles et grandes agglomérations ont approuvé leur RLPi dans les 4 à 5 dernières années.

Les projets actuels concernent principalement des intercommunalités de taille plus modeste, rendant plus aisée l'analyse et la rédaction des observations proposées durant la concertation ou lors de l'enquête publique.

Certains EPCI (Angers, Lille) proposent également des révisions de leur RLPi afin de l'actualiser conformément aux dernières modifications réglementaires.

Quelques projets réservent de bonnes surprises, comme celui de Saint-Paul (La Réunion), où toutes les publicités seront limitées à 4,7 m², sur une île gangrenée par l'affichage publicitaire et les enseignes en infraction. Précisons toutefois que Paysages de France a été très active dans cette région et notamment cette commune qui avait fait l'objet d'un prix de la France moche en 2022.

Citons également l'exemple de Saint-Martin-de-Ré (pour l'île de Ré) qui interdit toute publicité commerciale et préenseigne sur l'île. Les commerçants et artisans disposeront de la SIL pour promouvoir leur activité.



Le RLPi de la communauté de communes de l'île de Ré interdit toute publicité commerciale sur l'ensemble du territoire

JUDICIAIRE : MENACES SUR LES DOSSIERS EN COURS

L'activité est restée soutenue, bien que soumise à des incertitudes quant à la prise en compte de nos demandes. En effet, le transfert du pouvoir de police empêche depuis le 1er janvier de soumettre les préfets à des injonctions visant à régulariser des infractions, ceux-ci ne disposant dorénavant plus d'aucun pouvoir de police.

Les demandes de l'association ne peuvent plus concerner que les indemnités, ce qui ne modifiera en rien la situation sur le terrain si le préfet n'a pas fait régulariser les dispositifs avant le jugement du tribunal administratif.

FRANCONVILLE

Le tribunal administratif de Cergy-Pontoise rejette la demande de l'association au motif que le préfet ne dispose plus du pouvoir de police et qu'il n'a pas commis une faute grave. Le maire avait refusé d'agir, et le préfet refusé de se substituer au maire.

Une enseigne de 25 m au lieu des 6,5 m maximum autorisés, est-ce vraiment si grave ?



LOCHES

A la suite du jugement de mai 2022 favorable à l'association Paysages de France et condamnant l'État pour des publicités sur mobilier urbain dans une commune de moins de 10 000 habitants hors unité urbaine de plus de 100 000 habitants, la commune de Loches a déposé deux requêtes contre l'association, l'une pour « perte de revenus de la ville » et la seconde visant à surseoir à l'exécution du jugement.

Suite au jugement de 2022, le ministère a modifié la réglementation, régularisant ainsi les dispositifs illégaux installés dans la commune.

Celle-ci se désistait alors de ses deux requêtes, mais le tribunal la condamnait à verser 1 500 € de frais de justice à l'association.

LAMOTTE-DU-RHÔNE

Rédaction d'un mémoire en réplique

BÈGLES

La requête de Paysages de France est rejetée, mais les dispositifs en infraction (grandes enseignes) ont été presque totalement régularisés.



DEMANDES D'EXÉCUTION DE JUGEMENTS

Parfois, les préfets, en plus de ne pas faire respecter le Code de l'environnement, se permettent de passer outre les jugements des tribunaux administratifs en refusant de faire régulariser les dispositifs en infraction ou encore de régler les indemnités dues à l'association.

Il a ainsi fallu rédiger des demandes d'exécution de jugement pour les préfets d'Indre-et-Loire et du Puy-de-Dôme.

La demande concernant le dossier Cestas a été rejetée par le TA de Bordeaux au motif que le préfet ne disposait plus du pouvoir de police de la publicité.

RLPI PERPIGNAN MÉDITERRANÉE MÉTROPOLE

Paysages de France et Alternatiba ont introduit un recours contentieux contre Perpignan Méditerranée Métropole (PMM) visant à faire annuler le règlement local de publicité intercommunal.

Ci-dessous les principaux motifs de la demande d'annulation ainsi qu'un résumé de la réponse du tribunal.

Motifs de la demande d'annulation	Réponse du juge
Incohérences entre les orientations et les dispositions du règlement	Aucun texte n'impose un rapport de cohérence entre les orientations et les mesures réglementaires
La communauté urbaine n'a pas tenu compte de 4 prescriptions de la CDNPS	Les textes ne prévoient pas que l'avis de la CDNPS doive impérativement être suivi
Non respect de l'article R.581-30 interdisant la publicité au sol dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme.	Les publicités au sol sont interdites uniquement en zone N (zones naturelles ou forestières), autorisant ainsi la publicité sur mobilier urbain en zone patrimoniale.
Publicité numérique autorisée à 10,5 m ² au lieu de 8 m ²	Erreur de droit qui doit être annulée
Possibilité d'installer une publicité sur les unités foncières inférieures à 50 m en contradiction avec ce qui était soumis à l'enquête publique, rendant la mesure plus permissive	Ne concerne que la publicité sur mur ou clôture. Ne modifie pas l'économie générale du projet.

Le tribunal considère donc qu'un RLP peut passer outre les orientations définies au départ et ne tenir aucun compte de l'avis de la CDNPS et qu'il est possible de modifier le règlement après l'enquête publique en instituant des mesures plus permissives.

Il a également une lecture restrictive de l'article R.581-30 en permettant l'installation de publicités au sol dans les zones patrimoniales figurant sur un PLU, zones à protéger notamment au point de vue esthétique.

Il donne enfin raison aux associations en annulant l'article relatif à la surface maximale de la publicité numérique.

Malgré tout, la requête des associations est rejetée par le tribunal.

Paysages de France et Alternatiba renoncent à faire appel à cause du risque de modification de l'article R.581-30 par le ministère.

L'AFFAIRE MONTALIEU-VERCIEU

En 2021, un prix de la France moche est décerné à une entrée de ville de Montalieu-Vercieu (Isère). Le maire poursuit alors l'association en justice au motif qu'elle avait porté atteinte à l'image de la commune et à ses habitants, que ses statuts n'autorisaient pas l'organisation d'une telle manifestation ou encore que ce prix avait eu des répercussions négatives sur l'activité économique.

Elle lui demandait 350 000 € de dommages et intérêts.

Dans son jugement du 28 novembre 2024, le juge déboute la commune de Montalieu-Vercieu de l'ensemble de ses demandes.

La commune étant la partie perdante, elle est condamnée à verser 2 000 € à l'association en application de l'article 700 du Code de procédure civile.

Rappelons que la DDT de l'Isère a, à la demande de Paysages de France, fait régulariser les dispositifs en infraction, non seulement sur l'entrée de ville, mais sur toute la commune.

Ce jugement conforte l'opération « Prix de la France moche », ainsi que la crédibilité de l'association auprès des élus, qu'elle continuera à conseiller bénévolement mais aussi à aiguillonner lorsque ce sera nécessaire, toujours dans le but de préserver et améliorer les paysages et le cadre de vie de leurs habitants.

”

Par la remise de son prix, l'Association Paysages de France n'a fait qu'alerter l'ensemble des citoyens, par l'humour et la critique, sur la pollution visuelle alimentant ainsi un débat d'intérêt général.



Ainsi, il y a lieu de considérer qu'en agissant conformément à son objet, dans le but d'intérêt général et de préservation de l'environnement par des moyens proportionnés à cette fin, l'Association Paysages de France n'a pas abusé de son droit de libre expression.

”

Tribunal judiciaire de Grenoble

PRIX DE LA FRANCE MOCHE : ENCORE ET TOUJOURS...

En attendant de pouvoir clotûrer définitivement cette opération annuelle, ce qui serait une excellente nouvelle, les candidats ont encore été nombreux cette année, avec quatre lauréats présentant un éventail de « verrues paysagères » qui ont réussi à s'imposer dans le paysage, même si au premier abord, leur présence nous paraît presque normale.

CATÉGORIE « PÉPINIÈRE DE PUBS »

pour des panneaux installés dans des jardins à Conflans-Sainte-Honorine (Yvelines)

Ces dispositifs font partie d'une « collection » de 14 panneaux implantés le long de la RN 184 et enfreignant l'article R.581-30 du Code de l'environnement : « [...] Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits :



2° Dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme. »

Le dossier d'infraction adressé au début du mois de mai 2024 n'avait toujours pas été pris en compte par le maire de Conflans-Sainte-Honorine lors de la remise du prix.

CATÉGORIE « TRIPLÉ OLYMPIQUE »

pour des enseignes au sommet d'un pylône de télécommunications, à Le Port (La Réunion)

Les enseignes scellées au sol ne peuvent pas dépasser 6,50 m lorsqu'elles font plus d'un mètre de large. Ici, le plus grand pylône mesure 45 m soit près de sept fois la hauteur maximale autorisée.

Le fait que ces pylônes aient pour fonction d'accueillir des émetteurs de télécommunications ne leur permet cependant pas d'y installer ces inscriptions, qui, dans le cas d'espèce, et compte tenu de la jurisprudence, doivent être considérées comme des enseignes détournées à des fins publicitaires.

Comme dans le cas précédent, cette enseigne illégale avait fait l'objet d'un dossier d'infraction en mars 2024, resté sans prise en compte effective en novembre.



CATÉGORIE « PANNEAU EN DANGER »

pour une publicité en bord de rivière à Maromme (Seine-Maritime)

Un paysage bucolique bien abimé par un panneau JCDecaux vantant les bienfaits d'un whisky, rien de bien nouveau sous le soleil normand, si ce n'est que ce panneau doit disparaître prochainement.

En effet, le règlement local de publicité intercommunal de Rouen Métropole limite à 4 m² le format maximum des publicités ; de plus il interdit toute publicité dans la trame verte et bleue, dans laquelle cette photo a été prise.



Les prix de la France moche, ça sert aussi à ça : montrer que des élus volontaristes, qui ne se contentent pas de céder au chantage des afficheurs (pertes d'emplois, baisse de l'activité économique) peuvent vraiment modifier l'environnement quotidien de leurs administrés.

CATÉGORIE « MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE »

pour une installation publicitaire, métro Saint-Lazare, à Paris

Encore une publicité alcoolisée (rhum Zapaca), avec de superbes installations colorées qui ont pour effet premier de masquer l'architecture exceptionnelle de ce couloir de métro, mais aussi de limiter l'espace pour les déplacements des piétons (ce qui peut s'avérer gênant pour la 2ème station de métro la plus fréquentée à Paris), et, à plus long terme, d'encourager la consommation d'alcool, responsable, faut-il le rappeler, de 49 000 morts par an en France.



architecture invisibilisée, incitation à la consommation d'alcool, espaces limités pour les déplacements des « clients »

architecture mise en valeur, aucune incitation à consommer quoi que ce soit, larges espaces pour la circulation des « voyageurs »



CDNPS : DES AVIS CONSULTATIFS MAIS PAS SANS CONSÉQUENCES

Paysages de France participe largement (grâce à nos adhérentes et adhérents !) aux commissions départementales de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) sur l'ensemble du territoire.

Après une étude attentive des projets de règlements locaux de publicité, nous mettons parfois le doigt sur les irrégularités de certains dossiers, les bureaux d'étude ayant tendance à user un peu trop du copier-coller, et omettant donc d'adapter les mesures au contexte.

Les CDNPS rassemblent de nombreux acteurs : élus, publicitaires, bureaux d'études, services de l'État (DDT, DREAL, DRAC - UDAP, ABF...). Les affrontements y sont récurrents, les intérêts privés des afficheurs et annonceurs venant percuter l'intérêt général porté par les associations et, souvent, par les services de l'État.

Les votes de Paysages de France sont presque systématiquement défavorables, car si certains dossiers présentent des avancées, il ne peut être question de cautionner des règlements qui autoriseraient des publicités numériques ou laisseraient les trottoirs être envahis de mobiliers urbains financés par de la propagande commerciale, abandonneraient les entrées de ville et zones commerciales à leur triste sort, dérogeraient à l'interdiction de publicité dans les zones patrimoniales ou les PNR, et plus généralement, seraient incompatibles avec les enjeux environnementaux actuels.

L'association a ainsi suivi les projets de RLP de Anse (69), Saint-Louis (68), Bourg-de-Péage (26), Eaunes (31), Plaisance du Touch (31), Brignais (69) ainsi qu'une CDNPS pour autorisation d'une bache publicitaire très grand format à Toulouse.

DEUX PROJETS QUI ONT RETENU NOTRE ATTENTION

- **celui de Castelnaudary (11)**, qui protège les zones d'habitation tout en créant une zone « axes structurants » qui les « déstructure » totalement en les traversant de part en part, pour y autoriser des publicités murales et au sol au format maximum autorisé par le RNP (10,5 m²) et des dispositifs numériques (publicités et enseignes) au format de 4 m² ! L'exemple à ne pas suivre...



Sabres, siège de la Communauté de communes Coeur de Haute Lande

- **celui de la communauté de communes Coeur de Haute Lande (40)** qui, lui, fait preuve d'une réelle volonté de maîtrise de l'affichage publicitaire et des enseignes : pas de dérogation au RNP pour les communes appartenant au PNR, publicités de 1 m² maximum, enseigne scellée au sol interdite sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique... A la demande de Paysages de France, les enseignes seront éteintes dès la fermeture, et les publicités éteintes de 21 h à 7 h. Un règlement comme on aimerait en rencontrer plus souvent !

FORMATION, CONSEILS, SOLLICITATIONS

L'association est toujours autant sollicitée et se fait fort de répondre à toutes (ou presque) les demandes et sollicitations.

PARTICULIERS

Tout d'abord des particuliers qui viennent chercher une réponse à un problème de voisinage, pour lesquels nous ne pouvons fournir que des idées d'action (impossible de monter un dossier d'infraction à la publicité pour faire supprimer un panneau publicitaire illégal qui dévaloriserait le bien immobilier, les actions de l'association ayant pour objet l'intérêt collectif).

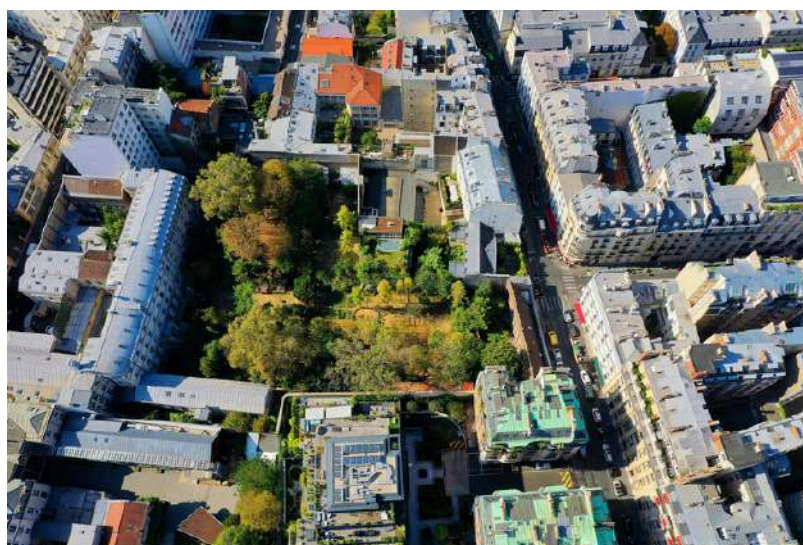
ADHÉRENTS

Les demandes de nos adhérents sont souvent plus précises car précédées de recherche sur notre site internet et concernent essentiellement l'affichage illégal. Les quelques dispositifs en infraction pointés du doigt par un adhérent peuvent ainsi faire l'objet d'un dossier d'infraction après une recherche plus élargie sur le territoire communal.

COLLECTIFS, ASSOCIATIONS

Les collectifs agissant contre des installations portant atteinte à l'environnement (centrales photovoltaïques, éoliennes, construction de bâtiments en zones protégées...) sont nombreux.

Du simple soutien (extension de la carrière de Saint-Denis-Catus dans le Lot, ou encore vacherie du monastère de la Visitation et ses jardins) en offrant la tribune des moyens de communication de l'association, à un engagement plus fort (projet de zone artisanale à Estadens - Haute-Garonne) en mettant à disposition du collectif nos compétences dans le domaine concerné.



*Vacherie du monastère de la Visitation
Photo Sites & Monuments.*

ÉTUDIANTS

Les étudiants en communication, urbanisme ou architecture sollicitent régulièrement l'association dans le cadre de leur mémoire, généralement pour un avis sur la place de la publicité dans l'espace public.

MAIRES

Suite au transfert du pouvoir de police, les destinataires des dossiers d'infraction à l'affichage publicitaire sont uniquement les maires. Et ils ont été plusieurs à nous solliciter pour savoir comment s'y prendre face à cette tâche nouvelle que leur a gentiment attribuée l'ancienne ministre de l'environnement (Barbara Pompili pour ne pas la citer), sans aucun moyen supplémentaire, cela va sans dire. Dans certaines communes, c'est la police municipale qui nous contacte directement afin d'obtenir une aide dans le traitement des dossiers (nature des infractions, procédures de police à mettre en œuvre).

Ajoutons-y les récriminations de quelques maires (heureusement peu nombreux) qui rechignent à faire droit aux demandes de l'association, au prétexte que leur économie locale s'effondrerait s'ils devaient faire disparaître les panneaux publicitaires, préenseignes ou enseignes illégales.

Des aides sont également apportées à des communes qui souhaitent élaborer un règlement local de publicité (L'Isle d'Abeau en Isère, par exemple), avec plusieurs interventions en visioconférence.

RENCONTRE AVEC UNE CONSEILLÈRE DISCOURS DU PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE

En février 2024 Paysages de France a été contacté par la présidence de la République qui souhaitait mieux nous connaître. Il est probable que cet appel ait été motivé par les échos dans les médias de nos prix de la France moche.

Nous avons pu nous entretenir pendant une heure en visio conférence avec Astrid Roucher, conseillère discours du président de la République, très attentive, ouverte et réactive.



Astrid Roucher

Nous lui avons expliqué que la publicité était un vol de l'attention, le mécanisme des saccades oculaires conduisant irrémédiablement les messages publicitaires dans le cerveau, que ce soit à un niveau conscient ou inconscient. Nous avons précisé de surcroît que la plupart des publicités sont en contradiction avec la santé publique et le développement durable : la publicité vante essentiellement l'alcool, les nourritures ultra transformées, et les grosses voitures.

Une seconde rencontre a eu lieu avec un collaborateur de la conseillère peu de temps après, au cours duquel nous avons présenté nos propositions :

- Interdire la publicité lumineuse et numérique.
- Interdire les publicités dans les sites patrimoniaux et les parcs naturels régionaux.
- Revenir sur l'autorisation en 2024 de l'affichage publicitaire sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.
- Allouer plus de moyens aux collectivités territoriales pour qu'elles puissent exercer leur pouvoir de police.
- Interdire la publicité sur l'alcool, les aliments trop gras, et les jeux de hasard.
- Renforcer le rôle des organes consultatifs sur la publicité (comme les architectes des bâtiments de France), en rendant leurs avis plus contraignants.
- Mettre en place une convention citoyenne pour revoir la présence de la publicité dans l'espace public.

Nous avons bénéficié d'une écoute attentive, mais ces propositions restent pour l'instant lettre morte...

GRAND PRIX NATIONAL DU PAYSAGE

Une administratrice de Paysages de France représentait l'association pour la remise de ce prix qui a eu lieu au ministère de l'Écologie, en présence de l'OFB et de l'ADEME.

Après une présentation des projets retenus, témoins d'une volonté de prendre en compte les thématiques paysagères, il a bien fallu se rendre à l'évidence : les futurs projets seront de plus en plus contraints, surtout dans les zones rurales, avec obligation de se soumettre aux décisions résultant des zones d'accélération énergétique (photovoltaïque, éolien, méthanisation...). Les paysages ruraux risquent fort d'en faire les frais !



Le Grand prix national du paysage décerné par le ministère de la Transition écologique a été attribué en 2024 au SCOT de l'agglomération de Metz

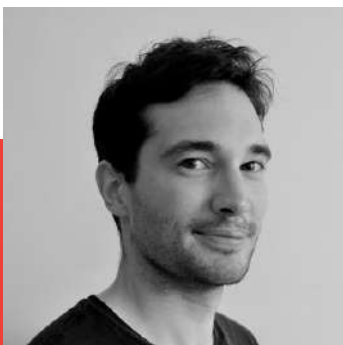
SYLVAIN, NOTRE SALARIÉ

Sylvain, peux-tu te présenter en quelques mots ?

Je m'appelle Sylvain Blaess et j'occupe la fonction de chargé de plaidoyer au sein de l'association Paysages de France depuis février 2024.

Mon lien avec l'association a débuté lors de mes études en urbanisme, où j'ai découvert son action. Étant moi-même sensible à ses valeurs, j'ai alors décidé de m'impliquer bénévolement, avant de devenir salarié.

Je suis en charge de l'accueil téléphonique que j'assure tous les jours ouvrés de 9 h à 12 h, ainsi que le mercredi de 16 h à 18 h.



J'assure également un certain nombre de tâches administratives, la gestion des adhésions par exemple, et bien évidemment suis en charge du suivi des dossiers d'infraction, l'une des tâches les plus importantes de l'association.

Je peux dire qu'à Paysages de France, on ne s'ennuie pas !

LES AVIS DE PAYSAGES DE FRANCE

En dehors des règlements locaux de publicité, qui constituent la majeure partie des analyses et avis émis par l'association, celle-ci, lorsqu'elle le peut, porte un intérêt tout particulier aux projets de plan locaux d'urbanisme ou aux révisions de charte des parcs naturels régionaux.

CHARTRE DU PNR LOIRE-ANJOU-TOURAIN

Paysages de France a ainsi participé à l'enquête publique relative à la révision de charte du PNR Loire-Anjou-Touraine. Limitée à la publicité et aux enseignes, la contribution a permis de mettre en évidence le discours fallacieux proposé dans cette charte.

En effet, la précédente charte n'émettait aucune prescription concernant la publicité, ce qui avait pour conséquence d'interdire toute forme de publicité dans ce PNR, sans possibilité de dérogation.

La nouvelle charte se propose de limiter l'impact des dispositifs publicitaires, permettant ainsi de déroger à l'interdiction du RNP par la mise en place d'un RLP qui les autorisera.

Le gros mensonge est toujours le même : faire croire qu'on limite, alors qu'on fait tout pour passer outre l'interdiction du Code de l'environnement.

Petit florilège contenu dans le projet de charte :

« La publicité est prioritairement réintroduite dans les zones d'activités et zones commerciales. »

« Elle est par principe interdite dans les zones résidentielles mais des exceptions peuvent être tolérées. »

« [...] la publicité reste interdite dans les secteurs patrimoniaux réglementaires et au sein du périmètre Val de Loire UNESCO où des exceptions pourront toutefois être définies »

« Les paysages emblématiques n'ont pas vocation à recevoir des dispositifs publicitaires : de rares exceptions seront tolérées »

Pour résumer, la publicité ne sera autorisée que dans les zones d'activités et commerciales. Partout ailleurs, elle sera interdite sauf exceptions !

Ces formulations permettront sans aucun doute de « rendre légaux » de très nombreux dispositifs publicitaires en infraction dans l'agglomération de Saumur entre autres.

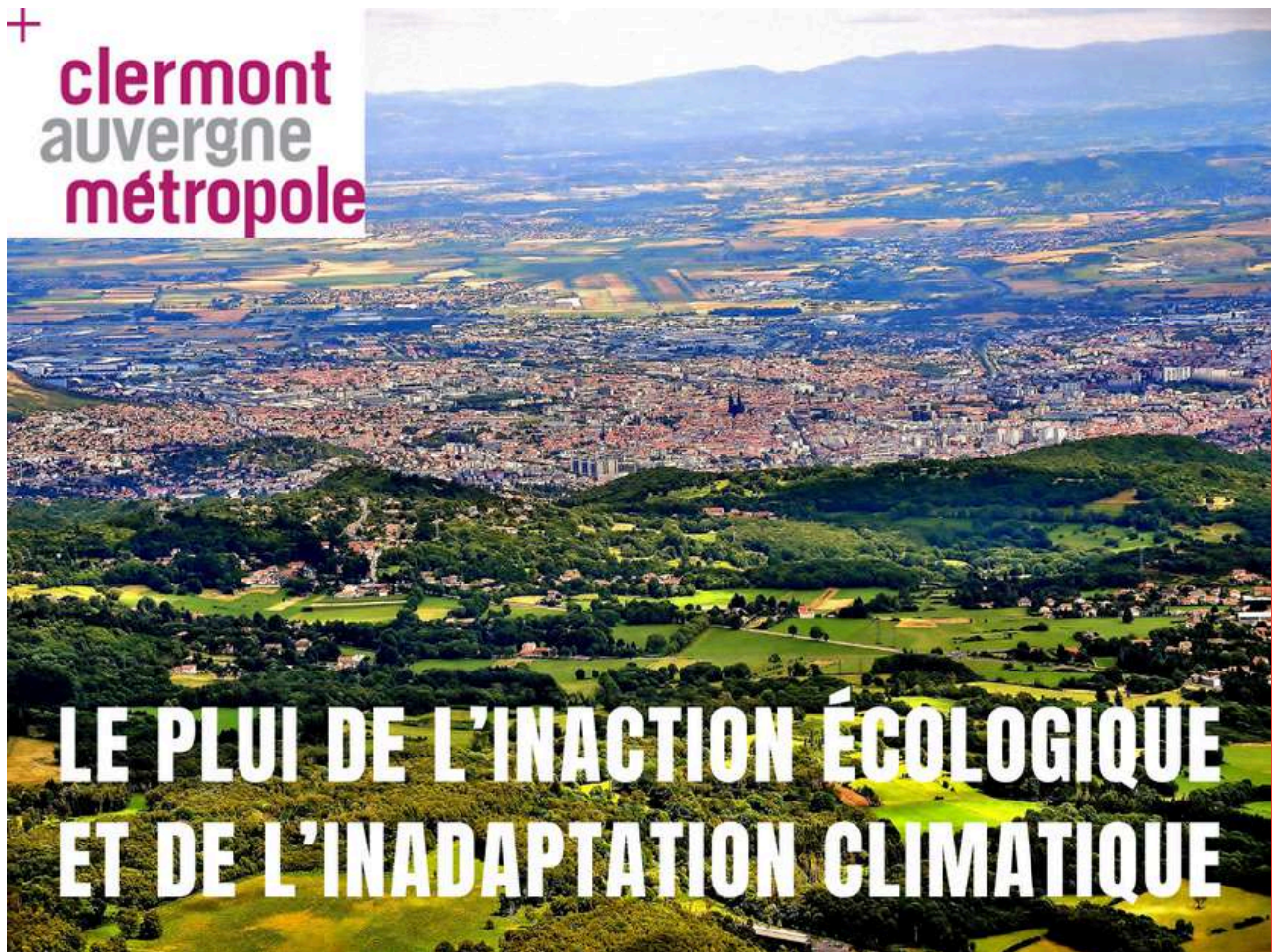


Dans ce PNR, les enjeux économiques priment clairement sur les enjeux paysagers. Le paysage n'est qu'un joli décor servant à attirer les touristes, transformant ce parc naturel en parc d'attraction !

LE PLUI DE CLERMONT AUVERGNE MÉTROPOLE

Paysages de France a réalisé un document d'analyses et avis circonstanciés à la mesure d'un projet qui va régir le cadre de vie de 300 000 habitants durant plusieurs années. Dans cet avis de 200 pages, l'ensemble des thématiques paysagères sont passées en revue, à la lumière des enjeux écologiques actuels, réchauffement climatique et perte de biodiversité entre autres.

Cet avis rappelle le droit, soulève les incompétences en ingénierie territoriale et met en exergue les incohérences qui en découlent.



Mais il propose également des mesures concrètes listées dans la première partie du document :
« les sept recommandations pour sauver le PLUi de Clermont Auvergne Métropole » :

1. Actualiser les données
2. Justifier la gestion de l'eau sous toutes ses formes
3. Justifier la densification, l'artificialisation, la poursuite de la périurbanisation et les ENAF
4. Évaluer les impacts environnementaux et écologiques
5. Prendre les mesures nécessaires à l'adaptation et l'atténuation du changement climatique
6. Insérer dans le règlement les préconisations pour chaque composante paysagère
7. Réaliser un plan de développement des énergies renouvelables

L'ensemble du document est accessible sur le site de Paysages de France et constituera sa contribution à l'enquête publique qui se déroulera du 17 février au 28 mars 2025.

COMMUNICATION

DANS LES MÉDIAS

Trente-six publications (papier, internet, radio, TV) ont été relevées en 2024, la plupart ayant trait au prix de la France moche, aux bâches publicitaires géantes ou au transfert du pouvoir de police.

Olivier Saladin, le porte-parole de l'association a répondu à plusieurs interview. Quant à François Morel, sa chronique « Bâche bashing » sur France Inter a réduit en miettes les arguments des défenseurs de ces horreurs, et cela avec beaucoup d'humour.



L'ASSOCIATION COMMUNIQUE



La mise en pause de nombreuses activités de l'association a limité les publications en direction du grand public (voir « Transfert du pouvoir de police »).

- 3 communiqués de presse, mais de nombreuses publications Twitter ou Facebook.
- 25 articles sur le site internet, la plupart repris dans l'infolettre envoyée aux adhérents.

Olivier Saladin, porte-parole de Paysages de France

WIKIPÉDIA

L'encyclopédie en ligne est très fréquentée, il était nécessaire pour l'association de mettre à jour les informations la concernant. Ce qui a été fait.

PROJET TUTORÉ D'ÉTUDIANTS EN COMMUNICATION

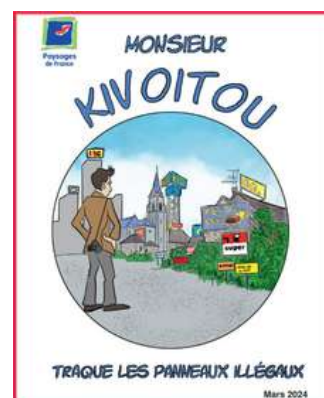
Un professeur d'université nous a proposé de travailler sur la communication concernant notre association. Un audit a déjà été réalisé mettant en évidence les forces et les faiblesses de notre communication. La deuxième phase consiste maintenant à définir les cibles prioritaires avant d'aboutir à des propositions concrètes dans le courant de l'année 2025.

ACTUALISATION DE NOS DOCUMENTS

Le transfert du pouvoir de police ainsi que les nouvelles dispositions du Code de l'environnement nous ont contraints à revoir l'ensemble de nos productions afin de les actualiser.

Le livret de vulgarisation « Kivoitou » a été le premier à en bénéficier, suivi de tous les livrets RLP, ainsi que les tableaux récapitulatifs résumant les principales mesures du Code.

Le site « Agence 581 » dont l'objectif premier est de présenter ces mesures *in extenso* a fait l'objet d'une révision complète.



DE NOUVEAUX OUTILS À DISPOSITION DES ADHÉRENTS ET DU PUBLIC

Il est difficile d'imaginer le travail effectif réalisé par l'association. Aussi, nous avons décidé de créer deux cartes qui permettent de s'en faire une idée précise.

Une première nommée « carte des signalements », utilisable par les adhérents pour effectuer des relevés d'infractions. Pour chaque dispositif concerné, un formulaire simple est à compléter par l'adhérent (à condition de disposer d'une photo, du lieu précis et de la nature de l'infraction).

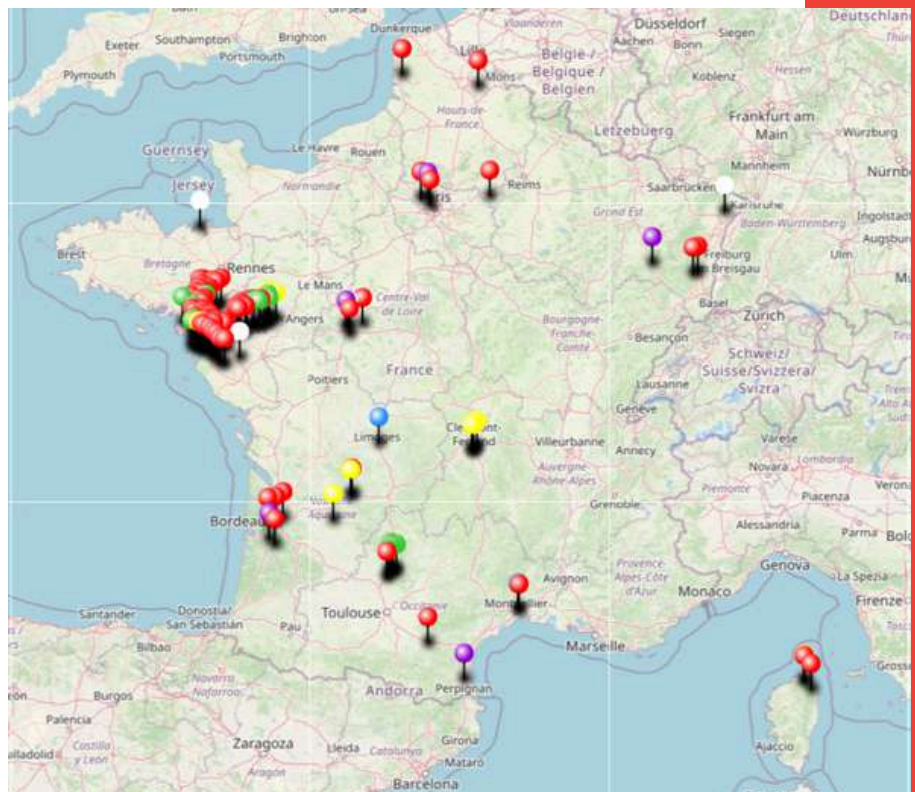


Les données de ce formulaire sont, après validation, converties automatiquement en fiches d'infraction réunies dans un dossier qui peut alors être adressé au maire ou président d'EPCI.

Tous les signalements en cours sont visibles sur la carte de France. Ils sont supprimés dès qu'ils ont fait l'objet d'un dossier d'infraction.

La carte des signalements

La deuxième carte montre tous les dossiers en cours dans le pays, leur état d'avancement, ainsi qu'un lien permettant d'accéder à l'ensemble des fiches d'infraction. Accessible à l'adhérent qui a effectué les relevés aussi bien qu'à la commune concernée et au grand public, cette carte montre l'ampleur du travail en cours.



Les dossiers en cours

ACTIONS DE SENSIBILISATION

L'attribution annuelle des prix de la France moche reste l'opération phare permettant de toucher un très vaste public et de mettre sur la table le sujet de la préservation des paysages, parent pauvre des problèmes environnementaux auxquels nous sommes confrontés, mais sans doute l'un des marqueurs les plus significatifs.

D'autres actions ont également été menées durant l'année 2024, visant des publics plus ciblés (élus, militants d'association par exemple).

ZÉRO WATT POUR LA PUB

Paysages de France a été à l'origine de la création d'un collectif d'associations regroupant Agir pour l'environnement, Attac, Extinction Rebellion, France Nature Environnement, Greenpeace France, Les Amis de la Terre, Ligue pour la Protection des oiseaux, Naturalistes des Terres, Paysages de France, Résistance à l'Aggression Publicitaire, Sites & Monuments. Objectif à long terme : interdire toute publicité lumineuse dans le pays.

Une grosse mobilisation a eu lieu les 2 et 3 mars 2024. Plus de 20 000 stickers ont été placardés sur des panneaux lumineux dans 130 lieux différents, de Montpellier à Lille, ou encore de Rennes à Metz, sans oublier une forte mobilisation sur Paris et l'Île de France. Des actions de recouvrement plus importantes (panneaux entiers recouverts) ont également été menées.

Les militants entendaient dénoncer les méfaits de la publicité lumineuse : gaspillage énergétique, dégradation des paysages urbains, agression mentale, atteinte à la biodiversité...



Une seconde action, moins importante, a eu lieu le 12 octobre lors de l'opération « Le jour de la nuit » organisée depuis plusieurs années par Agir pour l'environnement.

Le site internet créé fin 2023 permet toujours d'informer sur le thème de la publicité lumineuse, et de commander des stickers pour les groupes ou individuels souhaitant mener une action dans leur commune.

MOBILISATION CONTRE LES BÂCHES PUBLICITAIRES GÉANTES

A l'initiative de Paysages de France, Résistance à l'Agression Publicitaire (RAP), Sites et Monuments et SOS Paris, se sont donné rendez-vous le 1er juin devant l'opéra Garnier pour y dénoncer la prolifération des bâches publicitaires géantes sur nos monuments, aujourd'hui permises lors de la rénovation de leur façade.

Charles Garnier, architecte de l'Opéra de Paris, s'offusquait déjà des affiches publicitaires qui proliféraient en ville dans un texte écrit en 1871, et dont des extraits ont été lus devant le monument recouvert d'une immense bâche publicitaire, et sous une pluie battante ne favorisant pas le dialogue avec les passants...

Paysages de France demande l'abrogation de l'article L.621-29-8 du Code du patrimoine, qui autorise de façon permissive l'installation de ces bâches.

Les courriers à la maire de Paris et à la ministre de la Culture ne semblent pas les avoir intéressés, puisqu'à ce jour aucune réponse ne nous est parvenue.



SALON NATURISSIMA

Naturissima est le salon référence du bio, de l'environnement et du bien-être de la région grenobloise. Pour Paysages de France, c'est un rendez-vous incontournable permettant de communiquer largement sur ses actions, mais aussi de maintenir le lien avec les nombreux adhérents de l'association dont Grenoble reste le siège social et surtout le siège historique..

Le groupe local isérois a accueilli sur son stand un public nombreux et très réceptif aux actions de l'association, avec une reconnaissance toute particulière pour les prix de la France moche. De nombreuses adhésions prises sur place sont venues compléter les messages d'encouragement.



VIE DE L'ASSOCIATION

RENOUVELLEMENT DE L'AGRÉMENT

Paysages de France est une association agréée par le ministère de l'Environnement, ce qui favorise les poursuites judiciaires qu'elle doit parfois entreprendre.

Cet agrément, renouvelable tous les cinq ans, est arrivé à expiration le 20 juin 2024.

Il n'a malheureusement été accordé que six mois plus tard, au terme d'une course d'obstacles qui a duré tout le premier semestre (dossier en recommandé avec accusé de réception perdu par la préfecture de l'Isère, difficultés pour trouver le service gérant les agréments à la DDT, refus de la responsable de répondre aux demandes de l'association, et pour clôturer le tout, le préfet de l'Isère informe l'association à la mi-juin, soit plus de cinq mois après avoir reçu le recommandé, que la demande est irrecevable car effectuée avec quelques jours de retard).

Un important travail de mise en forme des documents nécessaires pour monter un nouveau dossier de demande d'agrément est alors effectué, et celui-ci est enfin déclaré complet le 26 juin 2024, mais soumis à une période de six mois pour traitement par les administrations (DDT, DREAL, ministère).

Sans réponse au 26 décembre 2024, c'est donc un accord implicite qui est accordé à notre association pour les cinq prochaines années.

Ces retards n'ont pas été sans conséquence puisqu'ils ont fortement limité nos moyens d'action durant tout le deuxième semestre.

ARUP

Une association reconnue d'utilité publique (ARUP) peut recevoir des donations et des legs, en plus des dons manuels dont peut bénéficier toute association. Ceux effectués au bénéfice d'associations environnementales sont exonérés de droits de succession.

Cette reconnaissance permet également de jouir d'une plus grande notoriété vis à vis du grand public.

Paysages de France a donc effectué cette demande en 2024.

STATUTS

L'une des conditions d'obtention du statut d'ARUP est la conformité des statuts avec les statuts types proposés par le ministère de l'Intérieur. Les précédents datant de 2014 et n'étant pas en conformité avec les statuts types, ils ont donc été modifiés, et approuvés lors de l'assemblée générale extraordinaire qui s'est tenue à Paris le 1er juin 2024.

RÈGLEMENT INTÉRIEUR

Celui-ci apporte des précisions sur le fonctionnement interne de l'association. Découlant de statuts modifiés, il doit donc lui aussi être modifié. Le nouveau règlement intérieur sera soumis au vote de l'assemblée générale du 15 mars 2025.

BILAN – ACTIF	Exercice N clos le 31/12/2024			Exercice N-1 clos le 31/12/23
	Brut	Amort.	Net	Net
ACTIF IMMOBILISÉ				
Immobilisations incorporelles	6168	6168		
Immobilisations corporelles	4520	4520		
TOTAL	10688	10688		
ACTIF CIRCULANT				
Créances usagers et comptes rattachés	2000		2000	4200
Valeurs mobilières de placement	150373		150373	50373
Disponibilités	250257		250257	354604
TOTAL	402630		402630	409178
COMPTES DE RÉGULARISATION				
Charges constatées d'avance	1593		1593	1566
TOTAL GÉNÉRAL	414911	10688	404224	410743

BILAN – PASSIF	Exercice N clos le 31/12/2024	Exercice N-1 clos le 31/12/2023
FONDS PROPRES		
Report à nouveau	407446	402431
Excédent ou déficit de l'exercice	-8609	5014
Situation nette (sous total)	398837	407446
DETTES		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	1107	1119
Dettes fiscales et sociales	2280	179
Autres dettes	2000	2000
TOTAL	5387	3298
TOTAL GÉNÉRAL	404224	410743

COMPTE DE RÉSULTAT	Exercice N clos le 31/12/2024	Exercice N-1 clos le 31/12/2023
PRODUITS D'EXPLOITATION		
Cotisations, dons	36709	26469
Ventes de biens et services	24	14
Indemnités jugements	3500	15516
TOTAL	40233	41999
CHARGES D'EXPLOITATION		
Autres achats et charges externes	38196	40349
Impôts, taxes et versements assimilés		2
Salaires et traitements	13873	
Charges sociales	2733	
Autres charges	7	
TOTAL	54809	40351
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	-14576	1648
PRODUITS FINANCIERS	6725	3735
RÉSULTAT COURANT avant impôts	-7851	5382
RÉSULTATS EXCEPTIONNELS		
Charges exceptionnelles Sur opérations de gestion		-190
Impôts sur les bénéfices	758	178
Total des produits	46958	45734
Total des charges	55567	40719
EXCÉDENT OU DÉFICIT	-8609	5014
Contributions volontaires en nature Bénévolat	151450	171468
Charges des contributions volontaires en nature Personnel bénévole	151450	171468

ANNEXE

En tant qu'association agréée de protection de l'environnement (L. 141-1 du Code de l'environnement), et en application des dispositions des articles R. 141-19 et R. 141-25 du Code de l'environnement, Paysages de France établit ses comptes de résultat et de bilan ainsi que leur annexe. Le règlement comptable n° 2018-06 du 5 décembre 2018 de l'Autorité des normes comptables est utilisé pour l'élaboration des comptes annuels.

OBJET DE L'ASSOCIATION

L'association a pour but de protéger, réhabiliter et valoriser les paysages urbains et non urbains, ces derniers constituant une part essentielle du « patrimoine commun de la nation », favorisant une vie sociale harmonieuse et participant à la bonne santé des populations.

Pour ce faire, elle lutte contre toutes les atteintes au paysage et au cadre de vie et contre toutes les formes de pollution, notamment visuelle, dans les paysages urbains et non urbains, y compris maritimes et aériens.

BILAN ACTIF

- Immobilisations incorporelles	Outils internet	6 168 €
- Immobilisations corporelles	Mobilier, matériel de bureau et informatique	- Aucun renouvellement de matériel - Valeur comptable : 0 € - Valeur du marché : 4 520 €
- Créances usagers et comptes rattachés	Indemnités jugements en attente de versement	2000 €
- Valeurs mobilières de placement	Compte à terme et fonds commun de placement	150 373 €
- Disponibilités	Parts sociales, compte bancaire, livret A,...	250 257 €
- Charges constatées d'avance	Factures concernant 2025	1 593 €

BILAN PASSIF

- Fonds propres	En baisse en raison d'un déficit en 2024	398 837 €
- Fournisseurs	Factures non parvenues ou non encaissées au 31 décembre	1 107 €
- Dettes fiscales et sociales	Impôt sur revenus financiers	758 €

COMPTE DE RÉSULTAT

- Les produits d'exploitation s'élèvent à 40233 € contre 41999 € en 2023.
- Les charges d'exploitation s'élèvent à 54809 € contre 40351 € en 2023 (recrutement d'un salarié en 2024).

Répartition des principaux postes :

Ventes diverses ↗	24 €	Anecdotique
Cotisations, dons ↗	36709 €	Dons et adhésions stables. Prise en compte des abandons de frais engagés par les bénévoles (frais de déplacement)
Produits des jugements ↘	3500 €	Toujours en forte baisse. Très peu de jugements
Résultat financier ↗	6725 €	En hausse en raison de taux d'intérêts plus importants

L'association réalise un déficit de 8609 € alors qu'elle était excédentaire depuis 2014.

VALORISATION DES CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE

Au cours de l'exercice, l'association a bénéficié, pour la réalisation et la préparation des dossiers, des réunions et démarches diverses, de contributions volontaires (environ une centaine de bénévoles qui participent à des degrés divers) évaluées à plus de 9000 heures. Sur une base de calcul de 1810 € bruts mensuels, la valorisation des contributions volontaires est estimée à 151450 €.

CONCLUSION

Encore une année avec peu de jugements dans les tribunaux et dans les cours d'appel, ce qui a réduit les montants des indemnités. Le transfert du pouvoir de police de la publicité est l'une des causes majeures du résultat déficitaire. L'association a également embauché un salarié en début d'année 2024. Le montant des dons et des cotisations n'est pas suffisant pour atteindre un résultat excédentaire.

PRÉVISIONS 2025

- Projet de modernisation du site internet programmé pour cette année.
- Poursuite des placements d'une partie de la trésorerie sur des livrets ou comptes qui bénéficient d'un meilleur rendement (placements sans risques).
- Pas de demande de subvention publique ni de mécénat pour 2025.

BUDGET PRÉVISIONNEL 2025

PRODUITS		CHARGES	
Cotisations, dons	28000	Autres achats et charges externes	15820
Ventes de biens et services	20	Impôts, taxes et versements assimilés	200
Indemnités jugements	2000	Salaires et traitements	19000
Autres intérêts et produits	5000	Total	35020
Total	35020		

Grenoble, le 10 février 2025
Igor BLONDEEL, trésorier



Pic du Cagire 1912 m - Estadens - Pays du Comminge (Haute-Garonne) © Kay Makinson