



La RN20 est un axe désagréable à parcourir pour plusieurs raisons : sa dangerosité, ses embouteillages... et ses panneaux publicitaires quasi omniprésents sur certaines portions. Le Syndicat mixte d'études RN20, créé il y a deux ans et qui réunit 17 communes, a décidé de rédiger une charte d'harmonisation de la publicité extérieure sur cette voie qui traverse l'Essonne de haut en bas. *«Le Syndicat a été créé dans le cadre de la requalification de la RN20, ce qui prendra un certain temps à se mettre en place. Il a paru évident qu'il ne fallait tout de même pas attendre pour rendre la RN20 moins agressive au niveau paysager, lui permettre un petit "relookage". Cet axe est parmi ce qui se fait de pire en la matière»*, explique Christian Leclerc, vice-président de l'agglomération Europ'Essonne, en charge de l'environnement et membre de la commission sur la publicité extérieure au sein du Syndicat. En collaboration avec la Direction départementale des territoires, les élus ont élaboré des principes pour l'implantation à venir des panneaux publicitaires.

«C'est plus un accord moral entre les élus pour apporter une cohérence», poursuit-il. Aujourd'hui, les communes ne sont pas réellement contraintes dans ce domaine et élaborent leur propre réglementation, parfois archaïque. Parmi les mesures prévues, réduire la taille des panneaux. Les 4 m/4m devraient progressivement laisser place à des pancartes plus petites de moitié. Leur densité sera revue. Le syndicat fera aussi la chasse aux publicités éclairées et aux panneaux vidéo. Il faudra tout de même attendre deux à trois ans pour voir les premiers effets. En juin 2009, des mesures, proposées dans un rapport du sénateur du Calvados, Ambroise Dupont, sur la réglementation dans ce domaine, ont été reprises dans le Grenelle de l'environnement, éveillant ainsi l'intérêt des collectivités. La charte a déjà été approuvée par une majorité de communes,

«seule Linas a pour l'instant émis un avis défavorable», précise Christian Leclerc. Le dispositif doit, à terme, être appliqué de façon plus globale dans les communes et pourrait être étendu à l'ensemble d'Europ'Essonne. L'affaire ne devrait pas faire le bonheur des annonceurs, mais le Syndicat souhaite travailler en intelligence avec eux. *«Une pub plus discrète n'aura pas forcément moins d'impact.»*

- www.developpementdurable.gouv.fr ,rubriques "urbanisme", "paysages".