

ADVIES
VAN 24 MEI 2017
OVER DE GEWESTELIJKE STEDENBOUWKUNDIGE VERORDENING
INZAKE PUBLICITEITSINRICHTINGEN

INHOUD

I.	SITUERING	1
II.	GLOBALE BEOORDELING	1
III.	ARTIKELSGEWIJZE BESPREKING	2

I. SITUERING

1. SARO ontving op 10 mei 2017 een adviesvraag van Vlaams minister Joke Schauvliege over het ontwerpbesluit van de Vlaamse Regering houdende vaststelling van een gewestelijke stedenbouwkundige verordening inzake publiciteitsinrichtingen en tot wijziging van artikel 9 van het besluit van de Vlaamse Regering van 16 juli 2010 tot bepaling van stedenbouwkundige handelingen waarvoor geen omgevingsvergunning nodig is.¹

De adviesvraag gaat uit van een adviestermijn van dertig dagen. Met voorliggend advies, goedgekeurd op de raad van 24 mei 2017 komt de raad tegemoet aan de vooropgestelde adviestermijn.

2. Het ontwerpbesluit bevat voorschriften voor het plaatsen of het aanbrengen van publiciteitsinrichtingen, herkenbaar vanaf de openbare weg, met enkele uitzonderingen. Hierbij wordt – volgens de bijgevoegde nota - rekening gehouden met de moderne vormen van publiciteitsinrichtingen en met aspecten van verkeersveiligheid.

Bovendien wenst de Vlaamse Regering met voorliggend ontwerpbesluit de versnipperde regelgeving inzake publiciteitsinrichtingen samen te brengen en te moderniseren. De bestaande regelgeving, waaronder het koninklijk besluit van 14 december 1959 betreffende het aanplakken en reclame maken, wordt opgeheven.

3. Het ontwerpbesluit bepaalt dat In alle gevallen de publiciteitsinrichting de naam en contactgegevens moet bevatten van wie de reclame heeft aangebracht. De publiciteit mag niet hinderlijk zijn voor het verkeer. Er zijn specifieke voorwaarden voor verlichte publiciteitsinrichtingen. De regelgeving maakt voortaan een onderscheid tussen publiciteit die gebonden is aan de zaak waarop de reclame betrekking heeft en publiciteit die daar los van staat.

Daarnaast is er een reeks van publiciteitsinrichting die niet onder het toepassingsgebied vallen van de verordening, o.a. reclame aangebracht op nutsvoorzieningen in opdracht van de overheid, reclame die voortvloeit uit wettelijke bepalingen, reclame van de overheid of sensibiliseringscampagnes, socio-culturele en politieke affichage, verkiezingspubliciteit, reclame van makelaars en niet verlichte publiciteitsinrichtingen over socioculturele activiteiten verbonden met de gemeente.

4. Artikel 2.3.1. van de Vlaamse Codex Ruimtelijke Ordening vormt de rechtsgrond voor voorliggend ontwerpbesluit en bepaalt: *'De Vlaamse Regering kan gewestelijke stedenbouwkundige verordeningen vaststellen voor een deel van of voor het hele gewest. Die verordeningen bevatten de nodige stedenbouwkundige voorschriften om te zorgen voor: (...) 3° de instandhouding, de gezondheid, de veiligheid, de bruikbaarheid en de schoonheid van de wegen, de toegangen en de omgeving ervan, evenals het ruimtelijk waarborgen van een adequate mobiliteit.'*

II. GLOBALE BEOORDELING

5. De raad vindt het positief dat voorliggend ontwerpbesluit gericht is op de invoering van een gewestelijke stedenbouwkundige verordening inzake publiciteitsinrichtingen. Het is een goede

¹ <https://www.vlaanderen.be/nl/vlaamse-regering/beslissingenvlaamseregering>

zaak dat de regelgeving die verband houdt met publiciteit, wordt vernieuwd en samengebracht. Voor de overzichtelijkheid zou ook de regelgeving rond publiciteit langs autosnelwegen kunnen worden geïntegreerd in de gewestelijke stedenbouwkundige verordening.

De raad meent evenwel dat verdere verduidelijking en bijsturing noodzakelijk is wat betreft het toepassingsgebied en de impact van de gewestelijke stedenbouwkundige verordening (par. 6 en 8), de uitzonderingen voor specifieke publiciteitsinrichtingen (par. 7), de zaakgebonden en niet-zaakgebonden publiciteitsinrichtingen (par. 9 en 10) en de relatie met gemeentelijke verordeningen (par. 11).

III. ARTIKELSGEWIJZE BESPREKING

6. Ruim toepassingsgebied. Voorliggend ontwerpbesluit is van toepassing op het plaatsen, wijzigen of aanbrengen van alle publiciteitsinrichtingen die herkenbaar zijn vanaf de openbare weg (artikel 3).

Door de zeer algemene definitie (artikel 2) van wat onder een publiciteitsinrichting moet worden verstaan is het toepassingsgebied van dit besluit aldus zeer ruim.² Dit wordt als dusdanig ook erkend in het verslag aan de leden van de Vlaamse Regering: *‘Elk publiciteitsmiddel wordt gevat: vast of beweeglijk, al dan niet duurzaam, al dan niet vergunningsplichtig, van welke vorm of uit welk materiaal ook en bestaande uit de werkelijke publiciteitsboodschap zelf, als de eventuele omkadering ervan en alle onderdelen dienstig ter ondersteuning of montage ervan. ... Hierbij wordt geen onderscheid gemaakt tussen commerciële en niet-commerciële publiciteitsinrichtingen. Naar afleidingsfactor en ruimtelijke impact maakt dit namelijk geen enkel verschil.’*³

Anderzijds merkt de raad op dat het ontwerpbesluit (artikel 3) enkele publiciteitsinrichtingen vastlegt die niet vallen onder het toepassingsgebied van het besluit (zie verder paragraaf 7 van dit advies). Tevens voorziet artikel 8 dat zaakgebonden publiciteitsinrichtingen, herkenbaar vanaf gemeentewegen en gewestwegen toegelaten kunnen worden; mits de achteruitbouwstrook van 4 meter gerespecteerd wordt (par. 9).

Naast de ruime definitie (nl. nagenoeg alle publiciteitsinrichtingen) leidt ook de bepaling *‘herkenbaar vanaf de openbare weg’* er toe dat het toepassingsgebied zeer ruim kan zijn.⁴ De raad vraagt om het toepassingsgebied verder te verduidelijken en aan te tonen welke wijzigingen worden doorgevoerd ten opzichte van de huidige regelgeving. De raad vraagt om te verduidelijken in hoeverre aandacht is gegaan naar (en de impact is onderzocht van) de sterke innovatie inzake publiciteitsinrichtingen zoals bijvoorbeeld interactieve beeldschermen die nu een opmars maken in het *‘nieuwe winkelen’*. Deze schermen worden niet alleen in de handelszaak maar bijvoorbeeld ook in de etalage en op buitenramen geplaatst.

7. Enkele specifieke uitzonderingen. Artikel 3 formuleert enkele publiciteitsinrichtingen die niet vallen onder het toepassingsgebied van dit besluit. Het betreft onder andere niet-verlichte publiciteitsinrichtingen, waarmee het publiek geïnformeerd wordt over socioculturele activiteiten in de gemeente.

De raad heeft bedenkingen bij bepaalde uitzonderingen en meent alvast dat de uitsluiting van bepaalde publiciteitsinrichtingen onvoldoende wordt onderbouwd. Zo worden publiciteitsinrichtingen aangebracht op nutsvoorzieningen (art. 3,1°), publiciteitsinrichtingen die alleen informatie van de overheid bevatten (art. 3,3°) of verkiezingspubliciteit (art. 3,5°)

² *‘Art. 2. In dit besluit wordt verstaan onder: 1° publiciteitsinrichting: elk visueel middel met als doel het publiek te informeren of de aandacht ervan te trekken, met inbegrip van alle onderdelen ervan; ...’*

³ VR 2017 0505 DOC.0412/3TER

⁴ In de verkeersreglementering is een openbare weg *‘elke weg die tot het openbaar verkeer te land voor iedereen openstaat’*. In het administratief recht wordt onder openbare weg verstaan: *‘elke weg die een bestemming tot openbaar gebruik heeft gekregen’*.

uitgesloten uit het toepassingsgebied van het besluit. De raad verwijst naar de doelstelling van voorliggende verordening met name de aandacht voor de verkeersveiligheid. Het is voor de raad niet aangetoond waarom de voorziene uitzonderingen minder risico's op ongevallen voor de weggebruikers zouden veroorzaken. Vraag is bovendien of deze uitzonderingen niet in de tijd beperkt moeten worden (cf. art. 3,6° en art.3,7°).

Ook heeft de raad vragen bij de praktische uitvoerbaarheid van sommige bepalingen. Zo voorziet artikel 3,6° onder meer in een uitzondering op publiciteitsinrichtingen, aangebracht op een onroerend goed, waarmee wordt bekendgemaakt dat het goed te koop of te huur is. De publiciteitsinrichting moet evenwel uiterlijk veertien dagen na de verhuring of verkoping verwijderd worden. Verdere verduidelijking is wenselijk over hoe deze bepaling concreet moet toegepast en gehandhaafd worden (wat met meerdere appartementen, geldt de authentieke verkoopakte of geldt de datum van de compromis, mag er nog reclame gevoerd worden in geval van een opschortende voorwaarde inzake financiering, enz.).

8. Impact verlichte publiciteitsinrichtingen. Artikel 6 formuleert diverse voorwaarden voor publiciteitsinrichtingen die gebruik maken van in- of uitwendige verlichting. Zo mag het luminantieniveau niet groter zijn dan dat van de omgeving, Er mogen ook geen knipperende of flitsende boodschappen of bewegende beelden worden weergegeven.

De raad vraagt de impact van deze maatregel verder te verduidelijken. Gaat het ontwerpbesluit er van uit dat alle lichtreclame quasi gedoofd moet worden als de straatverlichting dooft. De raad verwijst naar zijn eerdere vraag tot verdere verduidelijking van het toepassingsgebied van het ontwerpbesluit (cf. par. 6).

Artikel 6,5° stelt dat wisselende boodschappen niet toegelaten zijn indien herkenbaar vanaf autosnelwegen, primaire en secundaire wegen waar de rijtaak complex is, zoals bij knooppunten, weefvakken, in- en uitvoeringen en op routekeuzepunten. De raad vraagt om de termen 'complexe rijtaak' en 'routekeuzepunten' verder te concretiseren.

9. Verduidelijking zaakgebonden publiciteitsinrichtingen. Artikel 8 stelt uitdrukkelijk dat zaakgebonden publiciteitsinrichtingen, herkenbaar vanaf gemeentewegen en gewestwegen toegelaten kunnen worden, mits de achteruitbouwstrook van 4 meter gerespecteerd wordt.

Noch in het ontwerpbesluit noch in het verslag aan de Vlaamse Regering wordt gemotiveerd waarom er is gekozen voor een afstand van 4 meter van de rooilijn. De raad vraagt om dit verder te verduidelijken. Momenteel geldt dat de reclame vier meter van de gewestweg moet staan als er een achteruitstrook is van minstens vier meter. Het ontwerpbesluit bepaalt evenwel dat in de eerste vier meter vanaf een gewestweg geen publiciteitsinrichting worden toegelaten. Dat zou betekenen dat winkels in een kern pal aan de straat geen publiciteit meer kunnen maken waardoor deze maatregel veel stringenter is dan de huidige regelgeving.

10. Niet-zaakgebonden publiciteitsinrichtingen. Artikel 10 geeft een opsomming van de plaatsen waar niet-zaakgebonden publiciteitsinrichtingen, herkenbaar vanaf gewestwegen, toegelaten zijn.

Zo bepaalt artikel 10,2° onder meer dat publiciteitsinrichtingen enkel kunnen worden geplaatst aan de stellingen van bouwplaatsen tijdens de werkzaamheden. Zo wil men vermijden dat de publiciteit blijft hangen, terwijl de werken zeer langdurig stilliggen. Anderzijds is het niet redelijk te verwachten dat de publiciteit zomaar wordt verwijderd, wanneer er sprake is van oponthoud, zeker omdat de publiciteit soms geïntegreerd is in de afsluitingen. Het lijkt dan ook wenselijk om minstens in het verslag aan de Vlaamse Regering een zekere tolerantie in te bouwen, zodat de publiciteit mag blijven hangen wanneer het gaat om een oponthoud van bijvoorbeeld maximaal 6 maanden.

Artikel 10, 2° legt een grens op van 35% van de totale oppervlakte (van de stellingen of de afsluitingen). De raad vraagt om deze oppervlaktebegrenzing verder te onderbouwen.

11. Afstemming met provinciale en gemeentelijke stedenbouwkundige verordeningen. Artikel 13 bepaalt dat provinciale en gemeentelijke stedenbouwkundige verordeningen het besluit kunnen aanvullen en strengere normen kunnen opleggen.

Anderzijds legt artikel 13 ook op dat de gemeenteraden de gemeentelijke stedenbouwkundige verordeningen in overeenstemming moeten brengen met de voorschriften van de gewestelijke stedenbouwkundige verordening. In tegenstelling tot wat wordt gesteld in de bisnota aan de leden van de Vlaamse Regering heeft het ontwerpbesluit dus zeker een weerslag op de lokale besturen. Verschillende gemeenten hebben een gemeentelijke verordening die betrekking heeft op publiciteit. Zij zullen de gemeentelijke verordening in overeenstemming moeten brengen met de gewestelijke voorschriften. Het ontwerpbesluit bepaalt dat dit binnen 6 maanden moet gebeuren.