

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 275

van **GWENNY DE VROE**

datum: 29 januari 2018

aan **JOKE SCHAUVLIEGE**

VLAAMS MINISTER VAN OMGEVING, NATUUR EN LANDBOUW

Gewestelijke stedenbouwkundige verordening inzake publiciteitsinrichtingen - Openbaar onderzoek

De Vlaamse Regering keurde op 5 mei 2017 principieel het besluit goed dat een gewestelijke verordening vaststelt over publiciteitsinrichtingen. Het besluit bevat de voorschriften voor het plaatsen of aanbrengen van publiciteitsinrichtingen herkenbaar vanaf de openbare weg. Het openbaar onderzoek hierover liep tot 29 juni 2017.

Sedert 1959 werd een duidelijk onderscheid gemaakt tussen een publiciteitsbord en een uithangbord. Daarbij lag de nadruk op het feit dat een uithangbord een recht is waarbij een handelszaak of industrieel bedrijf zijn naam, producten en diensten ter plaatse kenbaar kan maken. Zeer bewust werd een uithangbord niet beschouwd als publiciteit. In de nieuwe publiciteitsverordening werd de term uithangbord geschrapt en vervangen door 'zaakgebonden publiciteitsinrichting'. Vraag is of dit in tegenspraak is met de eerdere definitie.

1. Hoeveel schriftelijke adviezen, opmerkingen of bezwaren ontving het departement Omgeving hierover?
2. Ontvingen alle verzenders van bezwaarschriften een gemotiveerd antwoord van het departement? Waarom werd in sommige gevallen hier niet aan tegemoetgekomen?
3. Blijft met de nieuwe verordening het onderscheid tussen publiciteitsbord en uithangbord nog overeind? Zo niet, waarom werd er gekozen om dit weg te werken?
4. Waarom werd er gekozen om de omkadering mee te rekenen in de bepaling van de publicitaire oppervlakte?
5. Wat wordt er precies bedoeld met 'meerzijdige publiciteitsinrichting'? Werd ter zake een definitie bepaald? Over welke borden gaat het?
6. Waarom werd er bepaald dat er in de eerste vier meter van de achteruitbouwstrook geen uithangbord geplaatst mag worden? Waarom werd er precies gekozen voor vier meter?
7. Dienen ter zake Europese richtlijnen gevolgd te worden? Hoe vergelijkt deze Vlaamse verordening zich tot de regeling in Brussel, in Wallonië en in de ons omringende buurlanden?

ANTWOORD

op vraag nr. 275 van 29 januari 2018
van **GWENNY DE VROE**

Vlaanderen is autonoom bevoegd voor de reclamewetgeving, net zoals de andere gewesten of buurlanden.

Zo is er in Brussel de gewestelijke stedenbouwkundige verordening van 21 november 2006 (Titel VI. — Reclame- en uithangborden) en in Wallonië de Code wallon de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme (Chapitre XVIIquinquies. - Règlement général d'urbanisme relatif aux enseignes et aux dispositifs de publicité)

Er zijn mij geen Europese richtlijnen hierover bekend. Wel gelden vanzelfsprekend de regels dat het vrij verkeer van goederen en diensten gerespecteerd moet worden.

Er werden 18 bezwaren ontvangen op het besluit dat een gewestelijke verordening vaststelt over publiciteitsinrichtingen.

Er werden ook adviezen uitgebracht door SARO en MORA.

Conform artikel 2.3.1 VCRO werden vertegenwoordigers van de VVP en de VVSG uitgenodigd op een overlegvergadering. De VVP sloot zich aan bij het advies van de SARO en liet zich verontschuldigen. De VVSG was aanwezig op de overlegvergadering.

Het is niet de gewoonte dat bezwaarindieners een gemotiveerd antwoord ontvangen na afloop van een openbaar onderzoek.

Wel zullen bezwaarindieners kunnen lezen hoe met hun bezwaar werd omgegaan in de stukken die gevoegd zullen worden bij de tweede principiële goedkeuring van het besluit door de Vlaamse Regering, zij het geanonimiseerd omwille van privacyredenen.

Indien aan een bepaald aspect niet tegemoet gekomen wordt, zal dit terug te vinden zijn in het verslag, alsook de redenen hiervoor.

De verordening hanteert niet langer het begrip "uithangbord", maar het begrip "zaakgebonden publiciteit".

De term 'zaakgebonden publiciteitsinrichting' vervangt de oude term 'uithangbord', dat oorspronkelijk zeer strikt gedefinieerd werd (enkel en alleen de handelsnaam/het logo van het bedrijf ter plaatse). Intussen wordt dit begrip reeds geruime tijd veel soepeler geïnterpreteerd, gelet op de noodzaak voor een handelszaak of bedrijf om alle economische verrichtingen ter plaatse kenbaar te kunnen maken.

Uiteraard is de verordening soepeler voor zaakgebonden publiciteit dan voor niet zaakgebonden publiciteit.

Aangezien de omkadering ook de aandacht van de weggebruikers trekt, wordt deze meegerekend in de bepaling van de publicitaire oppervlakten. De omkadering aldus niet meetellen zou aanleiding kunnen geven tot het gebruiken van zeer brede kaders of lichtgevende kaders.

Meerzijdige publiciteitsinrichtingen gaan om zowel dubbelzijdige publiciteit als publiciteit die in een driehoekige vorm wordt gemonteerd bovenop een mast.

Het gaat niet om de trivision-borden (borden met wisselende boodschappen).