

ENQUETE PUBLIQUE

Du 21 février 2022 au 23 mars 2022

**ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL
(RLPi)
DE GRAND POITIERS COMMUNAUTE URBAINE**

L'enquête publique concerne le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Grand Poitiers Communauté urbaine. Ce document régira la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur l'ensemble du territoire, soit dans 40 communes de la communauté.

A ce jour le territoire comporte 5 réglementations locales de publicité concernant les communes suivantes : Chasseneuil du Poitou, Jaunay-Marigny, Migné-Auxances, Poitiers et Saint-Benoit (ces règlements locaux sont tous très anciens, adoptés avant la réforme du code de l'environnement en 2010). Les autres communes sont soumises aux dispositions du Règlement National de Publicité (RNP).

La communauté urbaine de Grand Poitiers a souhaité mettre en place sur l'intégralité de son territoire un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi). L'enquête publique est une étape de la procédure pour l'élaboration du RLPi.

Les objectifs du projet sont les suivants :

- Accompagner les spécificités du territoire en définissant un zonage et des règles adaptées aux enjeux et aux lieux
- S'inscrire dans la mise en valeur et la protection du patrimoine naturel et paysager garant de l'identité du territoire
- Participer à la mise en valeur des sites historiques emblématiques, du patrimoine bâti remarquable et des centres bourgs des communes présentant un caractère patrimonial
- Maintenir les moyens nécessaires de communication pour assurer la dynamique commerciale et en particulier celle du petit commerce
- Assurer la lisibilité des activités économiques le long des grands axes et dans les zones d'activités commerciales et améliorer la qualité des paysages d'entrées de ville
- Favoriser un cadre de vie de qualité en étant attentif aux questions de format et de densité afin que la publicité extérieure ne prenne pas une place dominante dans la perception des lieux et des paysages
- Tendre vers une esthétique des dispositifs visant une insertion au contexte de qualité et évitant le sentiment d'espaces de vie du quotidien dévalorisés au profit de lieux de passage
- Encadrer l'implantation des dispositifs numériques (enseignes et publicité)

Bilan de la fréquentation pendant la durée de l'enquête publique :

Le dossier est complexe et difficile à appréhender pour le « grand public », ce qui explique la faible fréquentation durant toute la durée de l'enquête. Les contributeurs sont soit principalement les professionnels de la publicité soit les associations de défense de l'environnement.

Pendant toute la durée de l'enquête publique 7 contributions ont été émises. Ces observations ont toutes été adressées par courriel. Aucune observation n'a été écrite sur les registres d'enquête publique mis à la disposition du public.

Au cours des permanences j'ai reçu 3 personnes, ces 3 personnes avaient envoyé leur contribution par courriel et sont venues pour expliquer leurs observations :

Contenu des observations :

Une contribution a été envoyée par la commune de St Benoit dans laquelle sont demandés des aménagements (reclassement de zones, précisions sur les plans de zonage). Le pétitionnaire, dans sa réponse a jugé les demandes légitimes et les examinera lors de l'approbation du projet.

Les 6 autres contributions déposées expriment un avis défavorable au projet pour des raisons totalement opposées :

- D'un côté les professionnels de la publicité qui estiment que le projet est beaucoup trop restrictif par rapport au RNP et va trop loin et risque de mettre en difficulté leurs activités ainsi que les activités industrielle, commerciale et artisanale.
- De l'autre côté les associations de défense de l'environnement qui, au contraire, auraient souhaité que le projet soit plus restrictif.

Les autres observations proviennent des avis des services de l'état et de quelques communes.

Les détails des contributions et leurs analyses sont développés dans mon rapport.

Les oppositions :

- Les oppositions des professionnels concernent principalement :
 - o Les formats d'affichage qui sont plus restrictifs que ceux réglementés par le RNP
 - o La réduction de la densité des dispositifs publicitaires
 - o Le positionnement des publicités le long des voies
 - o Les contraintes imposées à l'affichage numérique. Les interdictions (en zone résidentielle). Les restrictions (densité, règles d'extinction)
- Les oppositions des associations concernent principalement :
 - o La réglementation sur l'affichage numérique est trop permissive, demande d'interdiction totale
 - o La densité et la surface des dispositifs ne sont pas assez encadrées. Les règles doivent être durcies

Cosidérant que :

- Le dossier mis à disposition du public était complet, détaillé et conforme à la législation et était consultable :
 - o sous forme numérique sur le site internet de Grand Poitiers Communauté Urbaine.
 - o sur poste informatique mis à disposition dans 5 mairies (Jardes, Jaunay-Marigny, Ligugé, Lusignan, Saint-Georges –les-Baillargeaux ainsi qu’au siège de Grand Poitiers Communauté Urbaine (Hôtel de Ville de Poitiers)
 - o sous forme papier, déposés dans 15 mairies : Buxerolles, Chasseneuil-du-Poitou, Chauvigny, Coulombiers, Dissay, Jaunay-Marigny, Ligugé, Lusignan, Migné-Auxances, Rouillé, Saint-Benoit, Saint-Georges-les-Baillargeaux, Saint-Julien-l’Ars, Sèvres –Auxaumont, Vouneuil –sous-Biard ainsi qu’au siège de Grand Poitiers Communauté Urbaine (Hôtel de Ville de Poitiers)
- Les conditions d’enquête ont respecté la législation en vigueur.
- Le public a été particulièrement bien informé par la publicité concernant cette enquête :
 - o Publications dans les journaux.
 - o Affichages dans les 40 communes de Grand Poitiers Communauté Urbaine.
- Le découpage en 7 zones pour la publicité permet de trouver un équilibre entre protection du cadre vie, protection de l’environnement et développement commercial et ce :
 - o en maintenant sur les zones 1, 2, 3 et 4 les interdictions prévues par le RNP ce qui permettra de protéger les sites classés EBC, Zone N du PLU ainsi que les abords des monuments historiques et du patrimoine bâti repérés au PLU et l’interdiction sur le domaine public de la publicité numérique
 - o en homogénéisant le format avec une réduction des surfaces à 4 m² (plus restrictif que le RNP), ce qui permettra de conserver une présence publicitaire, avec des panneaux de taille maîtrisée et une moindre densité.
- Il n’y a pas eu de remise en cause, sauf à la marge, du découpage en 7 zones pour la publicité et en 4 zones pour les enseignes. Le projet prévoit une baisse de la densité des publicités ainsi qu’une homogénéisation des surfaces avec réduction des surfaces à 4 m², ce qui est plus restrictif que le RNP. Mais cela évitera la prolifération de panneaux de toutes dimensions et, à mon sens, tout en préservant l’activité économique. Et ce point répond parfaitement à l’objectif n°6 : « Favoriser un cadre de vie de qualité en étant attentif aux questions de format et de densité afin que la publicité extérieure ne prenne pas une place dominante dans la perception des lieux et des paysages »
- La majorité des 40 communes ont adhéré au projet (1 seule a émis un avis défavorable)
- Les services de l’état ont rendu un avis favorable
- Dans son mémoire de réponse grand Poitiers Communauté urbaine a bien pris en compte les observations émises et y a apporté des réponses :
 - o Argumentées lorsque ces dernières remettent en cause le projet, et ce afin de justifier les choix
 - o Lorsque les observations sont jugées pertinentes et en adéquation avec les objectifs le porteur de projet s’est engagé à examiner les demandes afin d’apporter les modifications ou précisions nécessaires lors de l’approbation du PLPi

Je considère que le projet et son règlement, de par sa conception, est un projet équilibré qui est en adéquation avec les objectifs fixés. IL sera de nature à limiter l’impact des dispositifs publicitaires sur l’environnement, les sites classés, les monuments historiques et le cadre de vie tout en permettant le bon exercice et le développement économique du territoire aussi :

j’émet
UN AVIS FAVORABLE
Assorti des recommandations suivantes

Recommandations :

- L'enquête a soulevé certains points à compléter ou à préciser, ces derniers devront faire l'objet d'un examen pour ajuster le RLPi lors de l'approbation.
- Une rencontre avec les professionnels de la publicité est souhaitable afin de convenir d'un planning de mise en conformité dans le respect des contrats passés
- Il faudra veiller à ce que les nouvelles implantations soient conformes à la réglementation avec une mise en place d'un outil de suivi et d'indicateurs pour la mise en conformité.

Fait le 21 avril 2022
Le commissaire enquêteur