



Révision du Règlement Local de Publicité (RLP) Compte rendu de la réunion publique du 18/01/2016

La Ville de Plaisance du Touch a organisé une réunion publique le 18/01/2016, dans l'objectif de présenter son projet de révision du Règlement Local de Publicité aux différents professionnels et habitants intéressés. Les principaux objectifs de ladite révision ont été présentés, ainsi que les premiers éléments de diagnostic.

Présents :

Pour la ville : Le Maire, les élus et les services concernés ;
Pour l'assistance à la maîtrise d'ouvrage : M. ZAVOLI et M. VLIMANT (Cadre et cité)
Environ 20 professionnels et commerçants plaisançois.

Préambule : les éléments de concertation

Les documents de présentation seront mis à disposition sur le site Internet de la Ville de Plaisance du Touch. Par ailleurs, il est précisé qu'à ce stade, il s'agit de documents de travail, n'ayant pas de valeur contractuelle et pouvant évoluer, notamment suite à la poursuite des études techniques, de la concertation et des arbitrages politiques.

Afin d'enrichir la concertation, un espace virtuel est ouvert depuis le site de la ville, où tout un chacun peut contribuer à l'évolution du document. Un registre de concertation est également disponible en Mairie.

M. le Maire a suggéré qu'un espace de concertation concernant chaque secteur de Plaisance soit mis en place afin de recueillir les impressions de commerçants et professionnels.

Présentation du projet de révision du RLP

1. Cadrage théorique

Avant de rentrer dans les considérations relatives à la révision du RLP, M. ZAVOLI a explicité certaines définitions, nécessaires à une meilleure compréhension du débat, comme :

Qu'est qu'un Règlement Local de Publicité ? Quels sont les objectifs d'un RLP ? Quels sont les dispositifs concernés ? Quelle définition pour enseignes, pré-enseignes, publicités ?

Il conclut en indiquant qu'un RLP vient fixer les règles d'implantation pour chacun de ces types de dispositifs.

2. Les objectifs fixés pour la révision du RLP

La révision du RLP a été prescrite par la délibération du conseil municipal du 26 juin 2014. Cette procédure doit prendre en compte : d'une part, l'actualisation réglementaire au regard de la Loi Grenelle 2 et des décrets d'application du 30 janvier 2012 et du 1er août 2012 ; d'autre part les évolutions structurelles de la ville.

De ce fait, la rédaction du nouveau RLP sera guidée par les réflexions suivantes :

2.1. Réflexions sectorielles

- ▶ Actualiser les périmètres des zones de l'actuel règlement de publicité au regard des nouvelles limites d'agglomérations, en intégrant les évolutions urbaines des douze dernières années, en particulier le secteur du plateau de la Ménude qui comprend à la fois des secteurs d'activité de type commerces, artisanat, bureau et services et même des secteurs d'habitat qu'il conviendra de distinguer.

- ▶ Mener une réflexion d'ensemble visant à harmoniser les règles entre ces quartiers plus récents et les secteurs d'activités plus anciens.
- ▶ Renforcer la qualité urbaine des entrées de ville et des principaux axes de voiries, notamment le long des routes départementales.
- ▶ Apporter une réponse réglementaire adaptée au coeur d'agglomération afin d'en préserver la qualité architecturale du centre historique, concerné par la ZPPAUP.

2.2. Réflexions thématiques

- ▶ Apporter une attention particulière concernant l'ensemble des nouveaux supports et nouvelles technologies de communication et d'information écrite : supports numériques, dispositifs lumineux, etc. afin d'étudier leur intégration dans le paysage urbain communal.
- ▶ Garantir une harmonisation des différents dispositifs sur le territoire communal, concernant les pré-enseignes dérogatoires hors agglomération, et plus généralement les dispositifs scellés au sol, avec une attention particulière quant à leur densité.

3. Le diagnostic

Il s'agit d'un état des lieux relatif aux différents types de dispositifs implantés sur le territoire communal, comme la publicité, les enseignes, les pré-enseignes, le mobilier urbain accueillant de la publicité, la micro-signalétique, etc.

Cette analyse qualitative et quantitative a permis de mieux comprendre le territoire, de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les points forts et les points faibles des dispositifs existants pouvant porter atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

D'un point de vue général, le cabinet Cadre & Cité a pu mettre en avant que la ville était bien préservée de la pression publicitaire. Le centre ancien est à cet égard assez remarquable (seules quelques publicités de taille restreinte sont observables). Les points forts de la Ville concernent le centre ancien (Place Bombail, avenue des Pyrénées), ou l'entrée de Ville (centre Bernadet), pour laquelle un travail d'harmonisation à l'échelle de l'opération offre un rendu visuel très qualitatif.

D'autres quartiers mériteront une analyse fine, comme la zone de Bourgogne, ou des espaces commerciaux plus anciens (St Nicolas 1 et 3), conformément d'ailleurs aux objectifs fixés par le conseil municipal.

Questions posées :

Qu'est ce qu'une ZPPAUP ?

M. ZAVOLI : Il s'agit de la zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager. Comme son nom l'indique, elle a pour objet de promouvoir et de mettre en valeur des lieux remarquables, tant en termes de bâti que d'espaces. Les dossiers d'urbanisme ou d'enseignes concernés par cette zone sont envoyés systématiquement aux architectes des bâtiments de France (ABF).

M. ESCOULA : Autrefois, cette protection s'appliquait dans un rayon de 500 m autour de chaque monument, à l'exemple de l'église, ou encore du pont du Touch. En termes d'instruction des droits des sols cela compliquait beaucoup la tâche, des dossiers assez éloignés du centre ville étaient concernés, pour cela nous avons voulu instaurer la ZPPAUP.

M. ZAVOLI : Les enseignes dans cette zone sont très encadrées et les publicités interdites, sauf cas particuliers (sur mobilier urbain).

Une fois le nouveau règlement adopté et exécutoire, quel est le délai de mise en conformité pour les professionnels artisans ou commerçants ?

M. ZAVOLI : Réglementairement, toute publicité et pré-enseigne mise en place avant l'entrée en vigueur d'un règlement local de publicité, mais n'étant pas conforme aux prescriptions de ce nouveau règlement peuvent être maintenues pendant deux ans à compter de la date d'entrée en vigueur dudit règlement. Ce délai est porté à 6 ans pour les enseignes.

Quel règlement régit les plaques professionnelles ?

La Haute Autorité de Santé régit ces professions réglementées (taille des dispositifs, implantation), de ce fait ces dispositifs ne sont pas concernés par le RLP.

Important : Les professionnels dont les dispositifs publicitaires seraient soumis au règlement national, ou local, de publicité, sont tenus de les respecter même si la « marque » promue leur impose un nombre non réglementaire de dispositifs (PMU, carotte bureau de tabac, FDJ, enseignes automobiles, etc.).

Qui est responsable d'une enseigne restée sur place alors que l'activité ne s'y exerce plus ?

Le code de l'environnement prévoit la suppression de l'enseigne par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité.

Lorsque l'ex-occupant ne remplit pas ses obligations, l'autorité disposant du pouvoir de police peut se reporter sur le propriétaire du site sur lequel est apposé le dispositif, en application d'un récent article du code de l'environnement.

Concernant les enseignes lumineuses, existe-t-il une limite à la luminescence ?

M. ZAVOLI : Il est prévu par un arrêté ministériel de limiter cette luminescence (susceptible d'entraîner l'éblouissement ou toute gêne visuelle), mais l'application s'en avère compliquée, le seuil d'éblouissement étant techniquement difficile à estimer. En pratique, c'est lors de la demande d'autorisation que le pétitionnaire serait amené à cocher une case du formulaire attestant de la conformité de son dispositif.

Toutefois, tout dispositif considéré comme dangereux ou gênant peut être signalé à la mairie. Le Maire peut obliger sa dépose au moyen des pouvoirs de police qui lui sont conférés, notamment au regard de la sécurité routière.

Plaisance est-elle la seule Commune à avoir un RLP ? Que font les autres communes afin d'encadrer les dispositifs publicitaires ?

Plaisance n'est pas la seule Commune à vouloir encadrer les dispositifs publicitaires. Par exemple, Toulouse Métropole a engagé une procédure de Règlement de Publicité Intercommunal (RLPi).

Par ailleurs, la loi Grenelle 2 prévoit que toute commune dotée d'un règlement adopté antérieurement à 2010 doit réviser celui-ci avant 2020. Il s'agit d'une obligation.

Quel est le lien entre le RLP et la TLPE ?

M. ZAVOLI : La TLPE est une taxe basée sur les superficies des dispositifs apposés. Créée en 2008, elle a essentiellement un objectif de qualité paysagère en visant, par la contrainte financière, à limiter ces dispositifs publicitaires. C'était là l'objectif du législateur.

M. ESCOULA : Actuellement, plus personne ne souhaite avoir des « gros panneaux partout ». Il rappelle l'origine de la réalisation du premier règlement local de publicité sur Plaisance : plusieurs panneaux publicitaires de type 4 mètres par 3 mètres avaient été installés, souvent à proximité des limites de propriété, gênant principalement les voisins. C'est en considérant la multiplication des conflits de voisinages que le premier règlement local a été élaboré, afin de réguler l'installation des dispositifs publicitaires de ce type.

Peut-on fixer des règles spécifiques pour certaines activités ?

M. ZAVOLI : Non, les règles seront fixées par secteur, en cohérence avec les activités qui s'y exercent. A l'intérieur de chaque zone, tous les dispositifs d'enseignes sont soumis à des règles identiques ; il en est de même pour les publicités. Par exemple, les règles appliquées au centre ville ne seront pas les mêmes que celles appliquées sur la Ménude.

Certains commerçants sont en infraction, notamment sur l'avenue des Pyrénées. Si on leur demande de déposer les enseignes afin d'être conformes au règlement, comment feront-ils pour être visibles ?

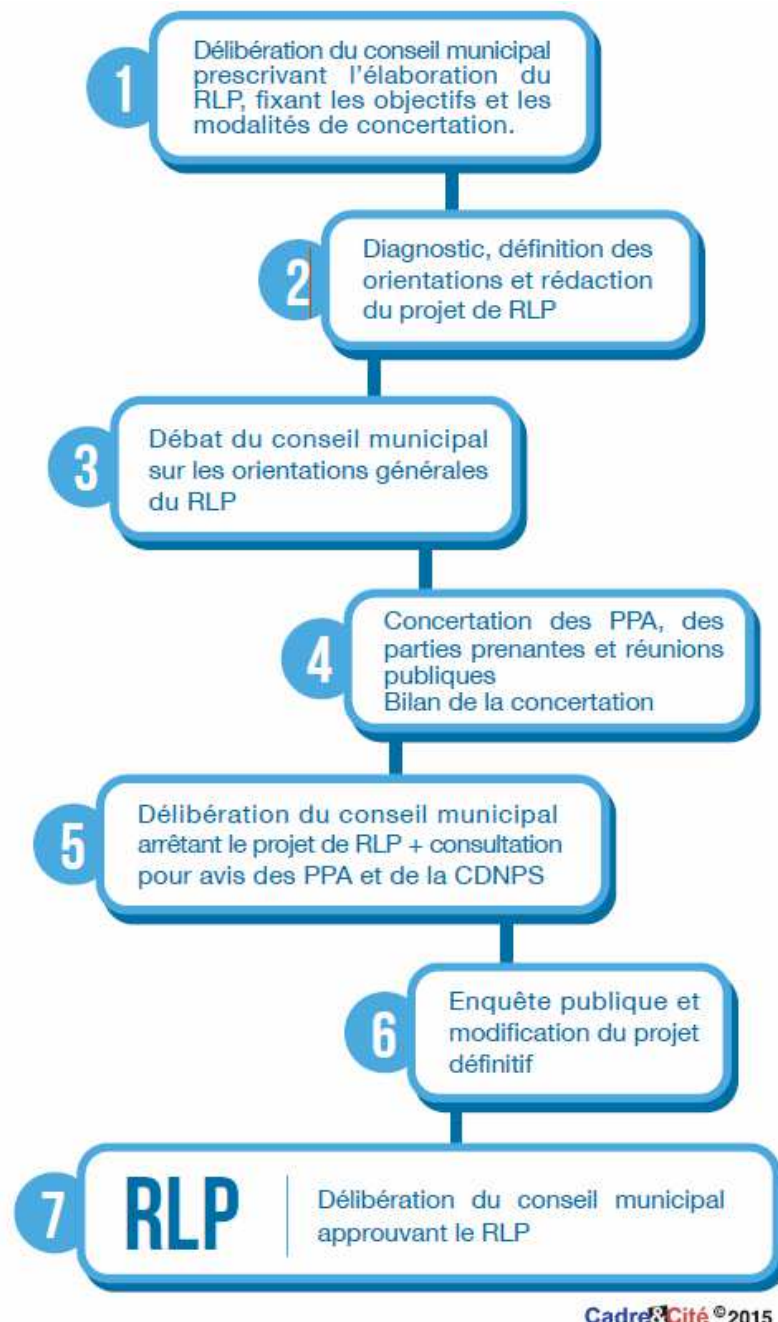
La meilleure solution passe par l'harmonisation, pour lutter contre la surenchère visuelle. C'est là l'objectif du règlement. Il existe également, en complément, les dispositifs dits de « signalisation d'information locale » (SIL) - petites réglettes apposées le long des voies ou à proximité des carrefours -, ou encore les mobiliers urbains.

Relevant du code de la route, la SIL a pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements tout en renforçant la protection du cadre de vie. Ce dispositif n'est pas concerné par le RLP.

M. le Maire précise qu'une réflexion aura lieu en parallèle, visant à mieux indiquer les équipements publics, ainsi que les commerces. Cette réflexion est liée à l'arrivée de *Lineo*, la nouvelle ligne de bus de Tisseo, qui viendra modifier l'organisation des déplacements en Centre-Ville, et permettra de renouveler le mobilier urbain, dans le cadre de nouveaux aménagements des voiries.

Quelle est la durée prévue pour l'élaboration du nouveau règlement ?

Le schéma ci-après illustre la procédure de révision du RLP. Nous sommes actuellement sur l'étape n°2 et il faut compter quelques mois de réflexion avant d'aboutir au projet de règlement, qui sera ensuite soumis à enquête publique.



M. ESCOULA conclut en rappelant qu'au nom de la démocratie participative, il paraît important d'instaurer la concertation dans toutes les phases de la procédure.