

DEPARTEMENT DE LA CHARENTE MARITIME

ENQUETE PUBLIQUE

CONCLUSIONS MOTIVEES



**Projet de modification n° 1 du règlement
local de publicité de la commune de PUILBOREAU (17)**

**Enquête Publique effectuée du mardi 12 novembre 2019
au vendredi 29 novembre 2019**

SOMMAIRE

I – OBJET DE L'ENQUETE PUBLIQUE

II – PROJET DE MODIFICATION DU RLP

III – ENJEUX

IV – ENQUETE PUBLIQUE

V – EVALUATION DU PROJET

51 – Contexte législatif

52 – Dossier d'enquête publique

53 - Accessibilité du dossier/information/recueil des observations

54 - Observations reçues/réponse du MO

VI – AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

CONCLUSIONS MOTIVEES

I – OBJET DE L'ENQUETE PUBLIQUE

Le RLP de Puilboreau date de 2005. Il a donc été approuvé avant La loi « Grenelle 2 », loi qui a fortement modifié le code de l'environnement concernant la publicité extérieure. Cette loi mentionne que la mise en conformité des RLP élaborés avant 2010 devra être réalisée avant le 13 juillet 2020. Si aucune « grenellisation » de ces documents n'était réalisée à cette date, ils deviendraient automatiquement caducs. Dans ce cas, le territoire communal reviendrait aux dispositions de la réglementation nationale.

Cette « grenellisation » du RLP permet de :

- Maintenir les règles communales plus strictes que les dispositions nationales,
- Conserver un contrôle préalable des poses d'enseignes,
- Maintenir « l'instruction » des déclarations et des demandes d'autorisation préalables au niveau communal,
- Maintenir le pouvoir de police du maire en matière d'affichage.

La CDA, compétente en matière de règlement local de publicité, a lancé la procédure de modification du RLP de Puilboreau par arrêté du Président le 28 juin 2019, afin de le grenelliser.

Les objectifs suivants ont été fixés :

• « procéder aux modifications et ajustements techniques du règlement écrit pour le mettre en conformité avec la loi « Grenelle II » et son décret d'application, c'est-à-dire ajouter un rapport de présentation, compléter les annexes et modifier certaines règles pour les rendre au moins aussi restrictives que la réglementation nationale », cela signifie que la procédure de modification ne peut avoir comme conséquence d'assouplir les règles actuellement applicables.

• « reprendre le règlement en enlevant par exemple des rappels à la réglementation nationale ou à d'autres codes », c'est-à-dire supprimer les dispositifs inutiles, redondants ou non conformes à la réglementation en vigueur.

II – PROJET DE MODIFICATION DU RLP

Le projet de modification du RLP respecte l'économie générale de la réglementation de 2005 en l'adaptant au nouveau régime juridique issu de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010. Les règles locales, qui prennent en compte la sensibilité architecturale, urbaine et paysagère du territoire (centre bourg, axes principaux de circulation, secteurs résidentiels et zones commerciales), assurent une protection et une mise en valeur du cadre de vie, notamment par la réduction des formats unitaires et du nombre de dispositifs, et en renforçant l'intégration des publicités et pré-enseignes dans les paysages.

Les orientations réglementaires retenues traduisent ces objectifs et s'organisent autour des deux zones de publicité qui avaient été mises en place dans la réglementation de 2005 et dont les limites ont été « réajustées ».

Les corrections apportées par rapport à la réglementation spéciale de publicité de 2005 restant dans l'esprit de la réglementation locale, correspondent plus à un « toilettage » et à une remise en forme, qu'à une réforme profonde, pour se conformer au nouveau cadre juridique.

Cette procédure permet de modifier certaines règles antérieures à la loi Grenelle II de 2010 devenues de facto plus « souples » que les nouvelles règles nationales, pour les rendre « grenello compatibles ». Les règles concernées par ces évolutions réglementaires sont la densité des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement au sol, ou encore les surfaces d'enseignes en façades ou scellées au sol.

Les dispositions locales « inutiles » compte-tenu des nouvelles règles nationales ont été supprimées. Par exemple la limitation locale à 12 m² des publicités n'a plus d'utilité puisque cette règle est désormais la surface maximale autorisée au niveau national.

Les dispositions illégales (et les répétitions de la réglementation nationale), ont également été supprimées. Elles concernaient notamment :

- l'interdiction générale de publicité lumineuse,
- l'assouplissement de règles nationales,
- les exigences concernant les procédures,
- les conditions d'évolution des limites des zones de publicité ou la possibilité d'adaptation des règles locales au cas par cas.

La zone commerciale de Beaulieu qui comprenait deux sous-secteurs dans la réglementation locale de 2005 (ZPR 2a et ZPR 2b), fait l'objet d'un zonage unique dans ce projet de règlement. Les deux sous-secteurs se distinguaient uniquement par l'interdiction d'enseignes en toiture dans l'extension de Beaulieu Ouest. Dans la mesure où de telles enseignes sont restées marginales dans la partie ancienne de la zone commerciale, la modification du règlement local prévoit l'interdiction des enseignes en toiture sur l'ensemble de la zone de publicité 2. Cette interdiction a également été étendue à la zone de publicité 1. En effet, cette zone de publicité couvrant des secteurs (centre-bourg et quartiers résidentiels) dont la sensibilité paysagère est plus forte que la zone de Beaulieu, il était donc logique que les règles concernant les enseignes soient au moins aussi contraignantes que dans la zone de publicité 2.

Un travail sur les espaces agglomérés (au titre du code de la route) a été réalisé afin de réajuster les périmètres de chaque zone de publicité. Dans ce sens, certains terrains situés hors agglomération ont été exclus. A contrario, certains périmètres ont été élargis pour englober les nouvelles extensions urbaines.

Les modifications apportées permettent également de réglementer les nouvelles formes de publicités et d'enseignes qui ont fait leur apparition dans les paysages depuis 1995. Il s'agit de dispositifs de « petit format » (micro-affichage sur vitrines commerciales par exemple) ou encore les dispositifs numériques (écrans publicitaires ou enseignes).

L'ensemble de ces modifications n'est pas de nature à :

- changer les orientations de planification de la publicité extérieure sur le territoire de la commune de Puilboreau,
- impacter un espace boisé classé, une zone agricole ou une zone naturelle et forestière,
- réduire une protection édictée en raison des risques de nuisance, de la qualité des sites, des paysages ou des milieux naturels, ou d'une évolution de nature à induire de graves risques de nuisance,

Les modifications sont donc possibles dans le cadre d'une procédure de modification.

V – EVALUATION DU PROJET

L'analyse du dossier est la suivante :

51 – Contexte législatif :

Le projet de modification du RLP respecte l'économie générale de la réglementation de 2005 en l'adaptant au nouveau régime juridique issu de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010

L'évolution envisagée du RLP de Puilboreau ne modifie pas l'économie du PADD, ne réduit pas une protection ou ne constitue pas une évolution de nature à induire de graves risques de nuisance,

La procédure de modification, engagée à l'initiative du président de l'établissement public de coopération intercommunale, a été notifiée au préfet et aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L.132-7 et L.132-9 avant ouverture de l'enquête publique par courrier du 4 novembre 2019.

Le code de l'urbanisme, lors d'une procédure de modification d'un plan local d'urbanisme (et d'un règlement local de publicité), n'impose pas d'obligation de concertation préalable. Ce projet de modification n'a donc pas donné lieu à une concertation préalable.

La durée de l'enquête publique, fixée à 18 jours, respecte l'article L.123-9 du Code de l'Environnement, modifié par Ordonnance n° 2016-1060 du 3 août 2016 - art. 3. Le projet de modification du RLP ne faisant pas l'objet d'une évaluation environnementale, la durée d'enquête publique peut être réduite à 15 jours.

52 – Dossier d'enquête publique :

Conformément à la loi « Grenelle II » du 12 juillet 2010, **le dossier comporte un rapport de présentation qui fait un diagnostic du territoire** (diagnostic urbain, identification des enjeux architecturaux et paysagers, espaces à fortes pressions publicitaires....), **un règlement écrit, un zonage et des annexes.**

Le rapport présente la réglementation nationale, la réglementation spéciale de publicité du 12 janvier 2005 et les dispositifs existants. Il précise les objectifs et orientations (évolution, modifications apportées à la réglementation spéciale de 2005) ainsi que les choix retenus (zones de publicité réglementée, restrictions applicables aux publicités, enseignes et pré-enseignes).

Le projet de modification respecte l'économie générale de la réglementation de 2005 en l'adaptant au nouveau régime juridique.

Il prend en compte la sensibilité architecturale, urbaine et paysagère du territoire de Puilboreau (*centre-bourg, axes principaux de circulation, secteurs résidentiels et zone commerciale*).

Les règles locales assurent une protection et une mise en valeur du cadre de vie, notamment par la réduction des formats unitaires et du nombre de dispositifs, et en renforçant l'intégration des publicités et pré-enseignes dans les paysages.

Les orientations réglementaires retenues traduisent ces objectifs et s'organisent autour des deux zones de publicité qui avaient été mises en place dans la réglementation de 2005 et dont les limites ont été « réajustées » par cette modification.

Les corrections apportées à la réglementation spéciale de publicité de 2005 correspondent plus à un « toilettage » et à une remise en forme, qu'à une réforme profonde, pour se conformer au nouveau cadre juridique.

Cette procédure permet de modifier certaines règles antérieures à la loi Grenelle II de 2010 devenues de facto plus « souples » que les nouvelles règles nationales, pour les rendre « grenello compatibles ». Les règles concernées par ces évolutions réglementaires sont la densité des dispositions publicitaires scellés au sol ou installés directement au sol, ou encore les surfaces d'enseignes en façades ou scellées au sol.

Les dispositions locales « inutiles » compte-tenu des nouvelles règles nationales ont été supprimées. Par exemple la limitation locale à 12 m² des publicités n'a plus d'utilité puisque cette règle est désormais la surface maximale autorisée au niveau national.

Les dispositions illégales (et les répétitions de la réglementation nationale), ont été supprimées. Elles concernaient notamment l'interdiction générale de publicité lumineuse, l'assouplissement de règles nationales, les exigences concernant les procédures, les conditions d'évolution des limites des zones de publicité ou la possibilité d'adaptation des règles locales au cas par cas.

La zone commerciale de Beaulieu qui comprenait deux sous-secteurs dans la réglementation locale de 2005 (ZPR 2a et ZPR 2b), fait l'objet d'un zonage unique dans ce projet de règlement.

Les deux sous-secteurs se distinguaient uniquement par l'interdiction d'enseignes en toiture dans l'extension de Beaulieu Ouest. Dans la mesure où de telles enseignes sont restées marginales dans la partie ancienne de la zone commerciale, la modification du règlement local prévoit l'interdiction des enseignes en toiture sur l'ensemble de la zone de publicité 2.

Cette interdiction a également été étendue à la zone de publicité 1. Cette zone de publicité couvre des secteurs (centre-bourg et quartiers résidentiels) dont la sensibilité paysagère est plus forte que la zone de Beaulieu, il était donc logique que les règles concernant les enseignes soient au moins aussi contraignantes que dans la zone de publicité 2.

Un travail sur les espaces agglomérés (au titre du code de la route) a été réalisé afin de réajuster les périmètres de chaque zone de publicité. Dans ce sens, certains terrains situés hors agglomération ont été exclus. A contrario, certains périmètres ont été élargis pour englober les nouvelles extensions urbaines.

Les modifications apportées permettent de réglementer les nouvelles formes de publicités et d'enseignes qui ont fait leur apparition dans les paysages depuis 1995. Il s'agit de dispositifs de « petit format » (micro-affichage sur vitrines commerciales par exemple) ou encore les dispositifs numériques (écrans publicitaires ou enseignes).

53 - Accessibilité du dossier/information/recueil des observations :

Le lieu où se tenaient les permanences du commissaire-enquêteur était accessible par tous les publics.

L'information du public était diversifiée : insertion dans la presse, affichages dans la commune, insertions sur internet. Les délais de parution et d'affichage ont été respectés. Les caractéristiques des affichages dans la commune étaient conformes à la législation.

Le dossier soumis à enquête, accompagné du registre d'enquête, pouvait être consulté aux jours et heures d'ouverture de la mairie de Puilboreau pendant toute la durée de l'enquête, du lundi au vendredi de 9H00 à 12H00 et de 14H00 à 17H30.

Le public pouvait accéder au dossier par l'intermédiaire du site internet indépendant et sécurisé ouvert spécifiquement pour cette enquête (registre dématérialisé) à l'adresse suivante : <https://www.registre-dematerialise.fr/1713>

Un accès gratuit du dossier était possible :

* sur un poste informatique mis à la disposition du public, à la Médiathèque de La Rochelle (avenue Michel Crépeau) les lundi, mardi et vendredi de 13H00 à 19H00, le mercredi de 10H00 à 12H00 et de 13H00 à 18H00 et le samedi de 10H00 à 12H00 et de 14H00 à 18H00 (fermé le jeudi),

* sur un poste informatique mis à la disposition du public, à la mairie de Puilboreau, service urbanisme (29 rue de la République) du lundi au vendredi de 9H00 à 12H00 et de 14H00 à 17H30.

Les moyens de prise en compte des observations du public étaient variés (recueil lors des permanences du CE, registre d'enquête, registre dématérialisé, courrier, messagerie).

54 – Observations reçues/réponse du MO :

Deux contributions émanant de professionnels de la publicité ont été reçues, l'une de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), l'autre de la société JCDecaux.

Les observations de l'UPE concernent le format des dispositifs publicitaires dans les zones 1 et 2 ainsi que l'extension de publicités sans minimum linéaire dans la zone 2.

Le maître d'ouvrage précise que les modifications sollicitées supposeraient la mise en œuvre d'une procédure de « révision », ce qui n'est pas l'objet de l'enquête (cf. réponses 1 et 2 du rapport).

La société JCDecaux propose de ne pas limiter les possibilités d'exploitation du mobilier urbain sur le territoire précisant que toute limitation aurait pour conséquence notamment de compromettre le financement du mobilier urbain par la publicité, demande d'ajouter au sein du chapitre 1er une disposition particulière concernant la publicité sur mobilier urbain, d'ajouter une définition du dispositif publicitaire, de modifier tous les titres des articles du RLP mentionnant seulement « les dispositifs » par « dispositifs publicitaires » et les articles qui réglementent le mobilier urbain par « la publicité sur le mobilier urbain », de clarifier la notion de « surface unitaire », de supprimer le terme « dispositifs » dans certains articles du règlement, de ne pas soumettre le mobilier urbain aux règles d'extinction nocturne.

Le maître d'ouvrage renvoie à la réglementation nationale pour certaines observations, prend acte d'autres remarques nécessitant des modifications du RLP qui seront proposées au Conseil Communautaire (cf. réponses 3 à 11 du rapport).

VIII – AVIS DU COMMISSAIRE-ENQUETEUR

Considérant que le contexte législatif n'appelle pas d'observation particulière,

Considérant que la modification apportée à la réglementation spéciale de 2005 tend à rendre cette réglementation conforme au cadre juridique des règlements locaux de publicité tel qu'il résulte de la loi Grenelle II du 12 juillet 2010,

Considérant que le dossier présente un rapport de présentation, un règlement écrit, un zonage et des annexes, que le diagnostic et les enjeux sont développés, que les objectifs et orientations du projet de RLP sont justifiés et adaptés,

Considérant que le public a pu s'exprimer au cours de l'enquête publique,

Considérant que les observations reçues ont fait l'objet d'une réponse du maître d'ouvrage, que ce dernier a pris en compte certaines d'entre elles, que celles-ci nécessitent des modifications du RLP, que le maître d'ouvrage s'est engagé à proposer au Conseil Communautaire les modifications à apporter au RLP,

J'émet un :

AVIS FAVORABLE

**au projet de modification n° 1
du règlement local de publicité de la commune de Puilboreau (17)**

Fait à La Flotte, le 28 décembre 2019

**le Commissaire Enquêteur
signé : Patrick BECAUD**

