

Réunion des professionnels : avis sur les premières orientations

NOM	FONCTION	STRUCTURE
RENVOIZE Thierry	Vice-Président à l'urbanisme, maire de Courgenard	CCHS et Courgenard
FARGES Vincent	Responsable urbanisme, v.farges@huisne-sarthoise.com	CCHS
CHALOPIN Thierry	Directeur des opérations	Cadresblancs
RAUTURIER Lionel	Développeur patrimoine	Cadresblancs
FAUVEAU Sébastien	Afficheur	Newcolor
LECOMTE Robert	Afficheur	Newcolor
LE BAIL Rémy	Directeur général	Affiouest

La CC de l'Huisne Sarthoise a convié les publicitaires œuvrant sur son territoire pour leur permettre d'intervenir dans le cadre de l'élaboration du RLPi.

Interlocuteurs privilégiés, les afficheurs possèdent une expérience précieuse et seront les premiers concernés par les prescriptions. Ils peuvent ainsi évaluer les implications concrètes derrière une règle.

Une présentation rapide du diagnostic est livrée. L'objectif de la CC est de trouver un équilibre entre la visibilité des acteurs économiques ainsi que le respect des dispositions légales et du cadre de vie.

Les professionnels font part des observations suivantes :

1) **Demande existentielle de solution alternative sur le mobilier urbain :**

Les annonceurs pointent le risque de disparition de la publicité sur le territoire. En la limitant uniquement aux murs aveugles, 90% des dispositifs doivent être enlevés. Ce qui aura un impact sur les commerces locaux qui utilisaient ces supports.

Les publicitaires sollicitent donc **une face de 2 m² sur le mobilier urbain**. Cette solution est celle proposée dans tous les territoires qui élaborent un RLPi.

A noter la tolérance sur les « sucettes » puisque dans les communes de moins de 10 000 habitants, y apposer de la publicité est proscrit (R581-42 alinéa 3 qui renvoie à l'application de R581-31).

2) **Alerte sur la concurrence illégale des publicités apposées sur lampadaires :**

Certaines activités se manifestent par des supports papiers accrochés aux lampadaires. Ce qui est effectivement une pratique sauvage interdite.

3) Ouverture éventuelle en entrée de ville dans le périmètre SPR au coteau de La FB

Permettre la publicité sur la nationale entrant dans la Ferté-Bernard est le seul endroit du SPR qu'il est souhaitable d'ouvrir selon les afficheurs.

4) Habitude dans le délai de 2 ans pour la mise en conformité suite approbation RLPi (R581-88 I) ;

Il est ajouté que la TLPE n'est pas envisagée.

La taille autorisée pour la surface utile est 4m², soit 4,75m² en comptant la moulure.

Les afficheurs apprécient les approbations des documents en début d'année civile, ce qui correspond aux contrats avec les propriétaires des terrains où sont affichés les publicités.

Déroulé de la réunion :

- ⇒ I/ Diagnostic ;
- ⇒ II/ Régularisation ;
- ⇒ III/ Orientation ;
- ⇒ IV/ Intervention des professionnels

Introduction du VP

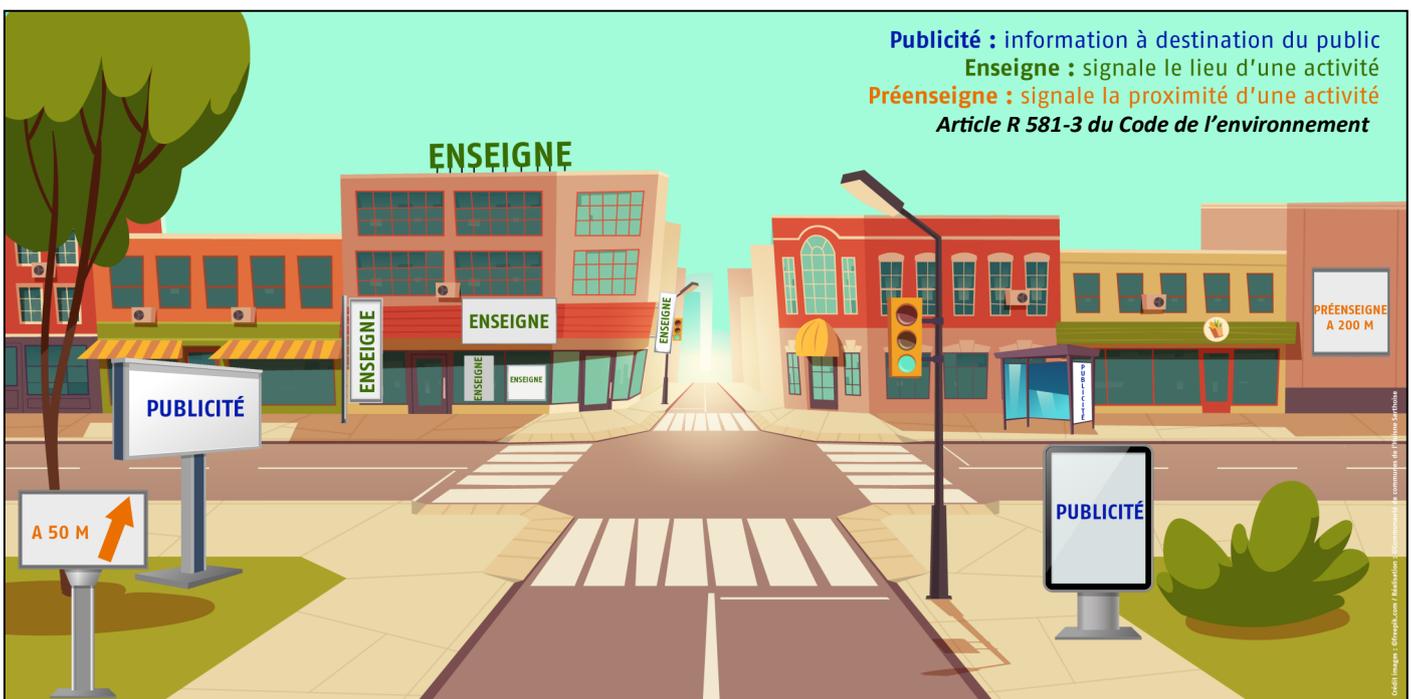
Le RLPi règlemente la publicité extérieure.

C'est-à-dire les **3 dispositifs publicitaires visibles depuis le domaine public**.

L'enjeu du RLPi est de **trouver un équilibre entre le cadre de vie et la visibilité des acteurs économiques**.

Le RLPi permet d'être plus restrictif et d'ouvrir à la publicité dans certains secteurs.

Les élus intercommunaux n'ont pas souhaité s'orienter dans ces directions vu les caractéristiques du territoire. C'est donc un RLPi calqué sur la réglementation nationale qui devrait voir le jour.



I/ Le diagnostic : une pression publicitaire inégale

A) 451 dispositifs recensés

Le recensement a eu lieu entre juin et septembre 2021. Il s'est voulu exhaustif sur les publicités (114) et préenseignes (121).

Les enseignes n'étant pas une problématique, elles n'ont pas été recensées. Idem pour le mobilier urbain.

B) Deux espaces soumis à pression publicitaire

1/ Le pôle urbain LFB/Cherré-Au : 50 % des dispositifs

Le pôle central concentre 50% des dispositifs.

Cette pression publicitaire s'explique logiquement par le nombre d'habitants, la convergence d'axes principaux et le nombre d'activités locales.

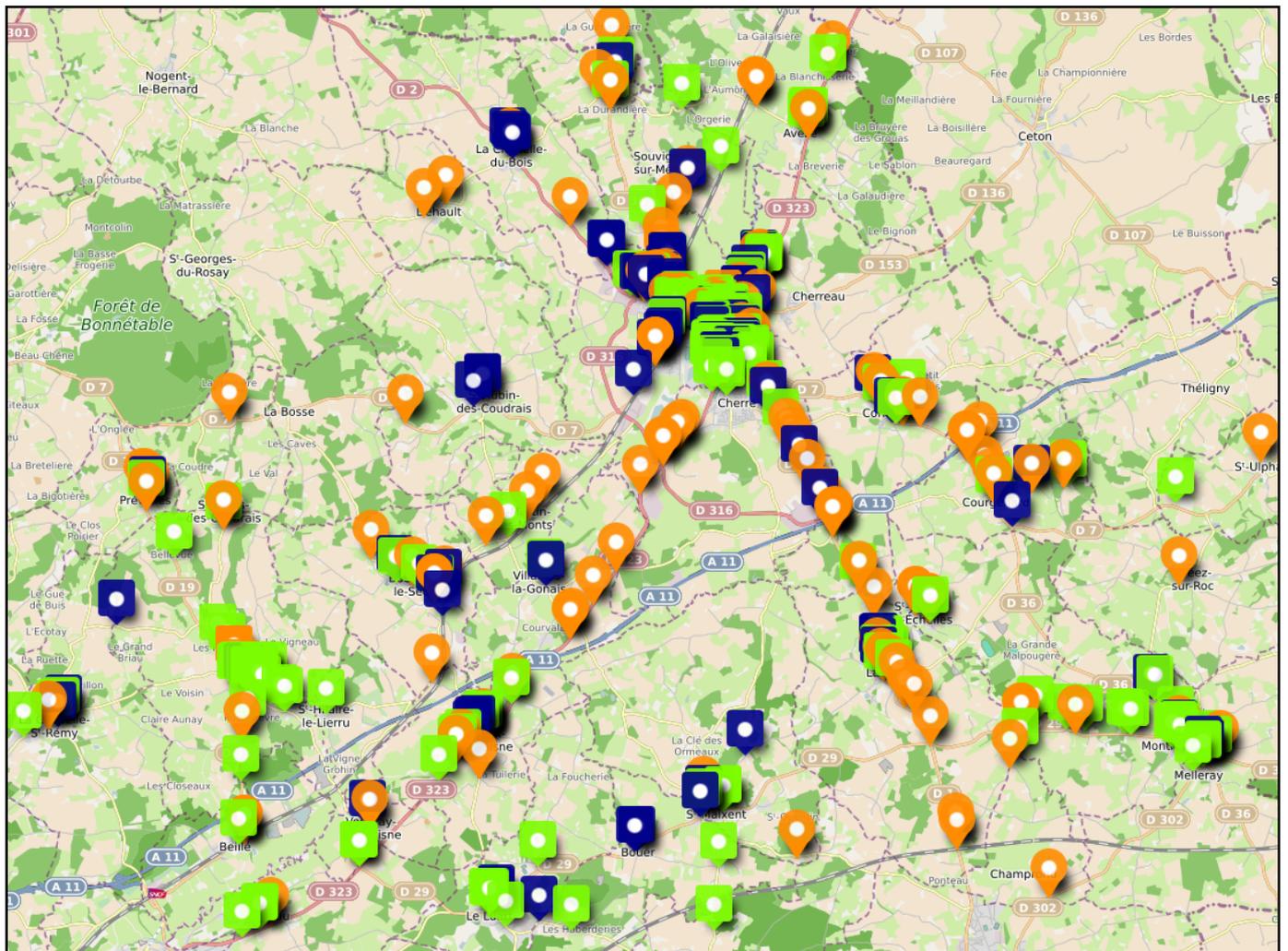
C'est au niveau des entrées de ville et des axes traversant que la pression est la plus forte.

2/ Les axes routiers : une corrélation entre l'intensité des flux et densité des supports

Les abords des axes routiers, les intersections et les carrefours sont des espaces uniformément sollicités.

On trouve des préenseignes et des publicités même dans les axes desservant des communes rurales.

Bien entendu, plus le trafic est important, plus la pression publicitaire l'est.



Localisation des enseignes (vert), pré enseignes (orange) et publicités (bleu) recensés avec une concentration au pôle central et le long des axes principaux

II/ La régularisation : une proportion importante de dispositifs irréguliers

Une grande partie des dispositifs actuels ne respectent pas la réglementation nationale.

Une fois les pouvoirs de police détenus par les maires, un effort sera mené pour assurer le respect de la loi et l'égalité entre les publicitaires.

Tous les supports ne se sont pas mis en conformité depuis Grenelle2 (2010)

A/ Les publicités et préenseignes en agglomération : 80 % de dispositifs non conformes

La quasi-totalité des publicités et préenseignes ne répondent pas à la réglementation actuelle.

Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les scellés au sol sont interdits. Cela signifie que toute publicité sur pied est interdite.

B/ Les préenseignes dérogatoires hors agglomération : 80 % de dispositifs non conformes

Sur l'ensemble des préenseignes situées hors agglomération, 20% bénéficient du régime dérogatoire.

Celles-ci peuvent être sur pied tout en respectant des règles de surface et de nombre.

Les activités concernées sont : les monuments historiques, les activités culturelles et les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir.

Cela signifie que toutes les préenseignes pour des restaurants, loisirs, garages, artisans... sont interdites.

C/ Enseignes : 80 % de dispositifs conformes

Les enseignes sont majoritairement conformes. Cela s'explique par la mesure des acteurs économiques quant à leur propre devanture.

Quelques irrégularités existent comme :

- ⇒ Les « drapeaux » (en saillie) ne peuvent être au niveau des fenêtres ;
- ⇒ Celles sur pied qui dépassent les règles de surface et de nombre ;

III/ L'orientation du RLPi : une réglementation calquée sur celle nationale

L'ensemble élus sont défavorables à des restrictions supplémentaires. Le règlement sera donc très probablement identique à la réglementation nationale.

Il n'a pas été saisi l'opportunité d'ouvrir à la publicité en périmètre protégé ABF. En outre, la publicité ne peut être ouverte dans la zone commerciale du Leclerc car elle est en agglomération.

L'institution de la TLPE n'est toujours pas envisagée par les communes.

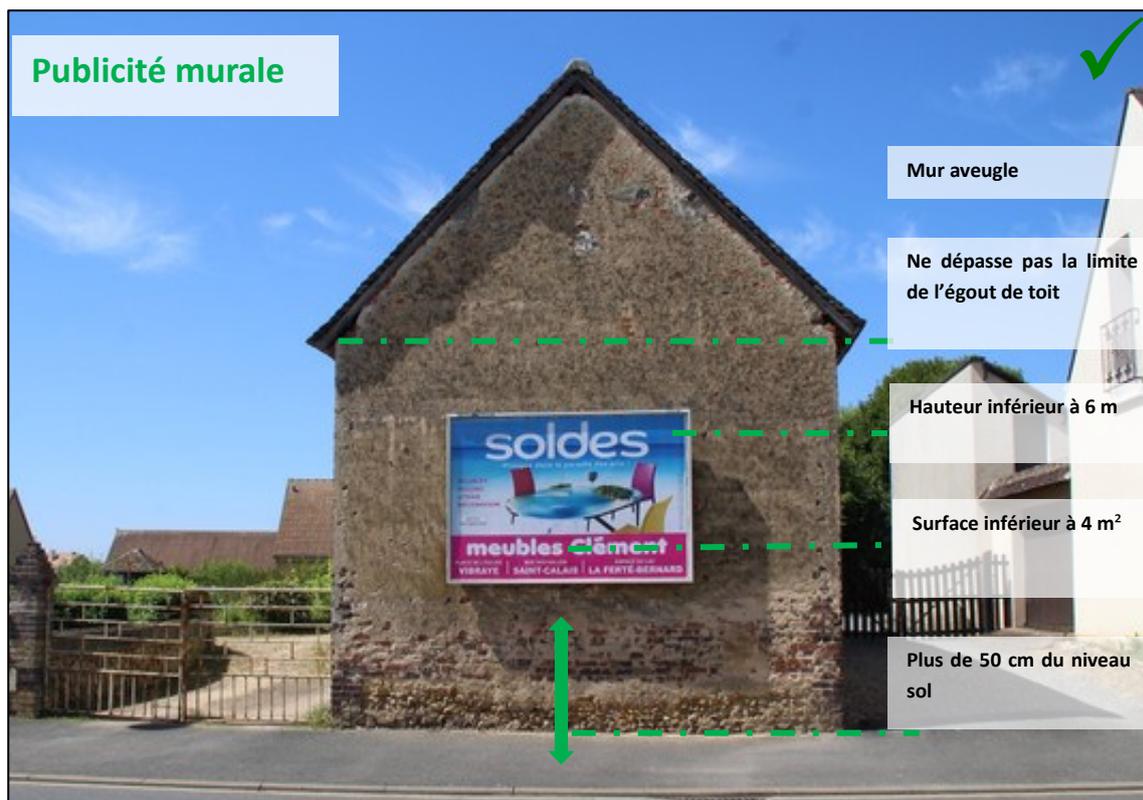
IV/ La parole aux professionnels

Interventions des publicitaires sur les premiers éléments du PLUi

Souhaits des professionnels	Oui	Non
Permettre la publicité dans les secteurs protégés ABF	Eventuellement sur la nationale entrant à La FB sur le coteau Est	
Apporter des restrictions supplémentaires (surface, densité)		Les murs aveugles sont déjà insuffisants
Permettre la publicité sur le mobilier urbain	Y compris sur les sucettes	

Annexe 1a : Conforme ou non conforme ?

1/ La publicité et les préenseignes



Publicité murale respectant toutes les dispositions qualitatives. Il s'agit d'un mur aveugle sans aucune ouverture. R 581-22, R 581-27, R 581-26 du Code de l'environnement.



Publicité murale installée sur un mur non aveugle avec une ouverture supérieure à 0,5 m². R 581-22 du code de l'environnement

Annexe 1b : Conforme ou non conforme ?

Publicité scellée au sol



Publicité scellée au sol dans une ville de moins de 10 000 habitants.

Préenseigne dérogatoire



Activité liée à la vente et à la fabrication de produits du terroir

Surface inférieur à 1,5m²

Scellé au sol

Moins de 2 dispositifs

Préenseigne dérogatoire d'une activité liée à la fabrication et à la vente de produits du terroir. Celle-ci est scellée au sol et respecte la règle de surface de 1,5m² et la règle de densité de 2 dispositifs par activité.

Annexe 1c : Conforme ou non conforme

1/ Les enseignes



Plusieurs enseignes perpendiculaires « drapeau », sont implantées devant les fenêtres des bâtiments ce qui est contraire à l'article R 581-61, alinéa 3.



Les enseignes scellées au sol ayant une surface supérieure ou égale à 1m² sont limitées au nombre d'un dispositif placé long de chacune des voies ouvertes à la circulation.