

CONCLUSIONS DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

I. LE DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE.

Le dossier de révision du Règlement Local de Publicité a donné lieu à une concertation approfondie avec la population et les acteurs locaux, commerçants et professionnels de la publicité. La durée de l'enquête publique a été parfaitement adaptée.

Les modalités de publicité et d'affichage ont été conformes.

Une large phase de concertation a été engagée par la commune.

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) a réuni les principaux acteurs de la publicité (Conseil Départemental, France Nature Environnement, DREAL Architecte des Bâtiments de France, SAS JCDecaux France) et la Direction Départementale du Territoire dont un des représentants, Monsieur Verthuy, a été désigné rapporteur du projet de RLP.

A l'issue de cette réunion, la CDNPS a donné un avis favorable au projet de RLP, indiquant que la sectorisation introduite (le zonage) et les mesures associées sont pertinentes et traduisent la volonté de la ville de mieux protéger le cadre de vie, notamment par des mesures visant les infractions.

Trois permanences ont été tenues dans le cadre de cette enquête publique portant sur la Révision du Règlement Local de Publicité de la ville de Bourg en Bresse.

Deux personnes se sont présentées lors de ces permanences.

L'absence de public aux permanences ainsi que pendant la phase de concertation est un sujet préoccupant. La présence de la publicité dans la ville en tant qu'élément du quotidien de la population et du cadre de vie devrait susciter plus d'intérêt.

Le dossier de Révision du RLP a fait l'objet de trois observations, une sur le registre, deux par mail.

⇒ Monsieur Gérard Laujorrois, habitant de Bourg en Bresse, s'est déplacé pour protester contre la présence jugée invasive des enseignes du nouveau magasin Decathlon installé près de chez lui. Il a déposé une observation écrite sur le registre d'enquête.

⇒ Les professionnels de la publicité (JCDecaux France et l'Union de la Publicité Extérieure) ont communiqué par mail leurs observations fournies et argumentées.

J'ai également reçu la visite du Directeur Régional du Patrimoine de JCDecaux France, Monsieur Philippe Landrieu, à la fin de la troisième permanence, où il a renouvelé les observations de sa société et apporté quelques précisions sur le rôle économique des opérateurs publicitaires.

Les observations de l'UPE et de JCDecaux France portent essentiellement sur les aspects réglementaires visant à réduire la présence de la publicité dans la ville, voulue avec force par la collectivité.

Cette réduction d'espaces a pour conséquences une baisse prévisible de l'activité des opérateurs publicitaires, donc une baisse mécanique du chiffre d'affaires.

C'est cet aspect économique qui a été mis en avant par l'UPE notamment, cette dernière n'hésitant pas à faire des comparaisons hasardeuses entre chiffre d'affaires publicitaire et audiences télévisées.

L'ensemble des observations et propositions alternatives de l'UPE (principalement l'abandon de mesures restrictives) ont reçu des réponses argumentées et motivées de la part de la ville de Bourg en Bresse dans son mémoire en réponse.

La SAS JCDecaux a été plus mesurée dans son analyse du dossier de révision. Cette entreprise est moins impactée que les annonceurs spécialisés dans l’affichage mural ou scellé au sol, son coeur de métier étant le mobilier urbain et le transport en libre-service, supports moins visés par les mesures du nouveau RLP.

Les observations de Monsieur Laujorrois n’ont pas reçu de réponse de la part de la mairie de Bourg en Bresse.

Pour ma part, j’ai fait quelques observations sur un certain nombre de points du règlement et relevé bon nombre d’erreurs matérielles auxquelles la mairie devrait faire suite.

La synthèse des observations a été transmise au maître d’ouvrage par voie électronique le 2 juin 2022. Le mémoire en réponse de la ville de Bourg en Bresse m’a été communiqué par le même canal le 14 juin 2022.

Le mémoire en réponse a traité l’ensemble des observations dont bon nombre ont été prises en compte.

Le rapport d’enquête publique a été remis le 23 juin 2022 en mairie de Bourg en Bresse à Monsieur Eric Laborde, Directeur Général Adjoint des Services.

II. LES OBJECTIFS DE LA REVISION DU RLP.

Le Règlement Local de Publicité de Bourg en Bresse, adopté en 1998, est caduc depuis le 13/01/2021, suite à la promulgation de la loi ENE du 12/07/2010 et le décret d’application du 30/01/2012 apportant des restrictions nouvelles aux règles de densité, aux surfaces unitaires, à la publicité lumineuse mais donnant aussi de nouvelles possibilités (bâches, micro-affichage).

La Révision du RLP n° 3 a été engagée par la délibération du conseil Municipal du 16/12/2019. Diverses réunions de concertation se sont tenues avec les Personnes Publiques Associées, les professionnels de la publicité, les commerçants et le public. Le bilan de cette concertation a été tiré le 20/12/2021.

Les orientations du projet de révision du RLP, définies à partir de la réglementation nationale, l’étude des enjeux et des constats, concernent la publicité et les enseignes. Elles définissent également un zonage et une partie réglementaire particuliers pour la publicité et les enseignes.

Cette révision poursuit trois objectifs :

- ❶ Préserver une image attractive de la commune grâce à une réduction significative de l’affichage publicitaire.
- ❷ Protéger le cadre de vie grâce à une diminution importante de la pollution visuelle.
- ❸ Limiter la consommation énergétique liée à l’affichage publicitaire.

III. ORIENTATIONS GENERALES.

La Publicité :

Organiser et maîtriser la publicité aux entrées de ville et dans les points de vue.
Limiter la densité.

- ⇒ Réduire et harmoniser la surface des dispositifs.
- ⇒ Accepter raisonnablement la publicité sur le mobilier urbain, notamment dans les sites protégés.
- ⇒ Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non la publicité numérique.
- ⇒ Fixer des horaires d'extinction pour la publicité lumineuse.

Ces orientations pour la publicité visent à renforcer une primo-perception positive des visiteurs sur la ville, harmoniser et adapter les surfaces des dispositifs publicitaires à leur environnement en limitant leur densité, réglementer la publicité lumineuse et numérique. La présence du mobilier urbain dans les sites protégés sera limitée au strict raisonnable.

Les Enseignes.

- ⇒ Adapter les dimensions des enseignes numériques et les lieux où elles seraient autorisées.
- ⇒ Fixer des horaires d'extinction.

Les orientations pour les enseignes poursuivent les mêmes buts que celles de la publicité, protection du cadre de vie et sobriété énergétique.

III-1. LE ZONAGE.

La Publicité :

Cinq secteurs à enjeux ont été identifiés : les secteurs à haute qualité environnementale, le centre-ville historique, les entrées de ville, les grands axes et les zones commerciales et d'activité et enfin le reste du territoire aggloméré.

Les Enseignes.

Pas de zonage afin de traiter équitablement tous les acteurs économiques du territoire.

III-2. PARTIE REGLEMENTAIRE.

↳ La Publicité :

Les dispositions générales sont déclinées en six points :

- ① Protéger le cadre vie tout en répondant aux enjeux économiques,
- ② Respecter l'architecture et les éléments structurants du paysage urbain,
- ③ Fixer une densité acceptable,
- ④ Lutter contre la pollution lumineuse
- ⑤ Limiter la consommation électrique.
- ⑥ Le domaine ferroviaire a fait l'objet d'un traitement particulier.

Ces points sont déclinés pour chaque zone.

↳ Les Enseignes.

La réglementation des enseignes a été fortement renforcée par le Règlement National de Publicité en 2012 et la ville de Bourg en Bresse n'a pas souhaité être plus restrictive vis-à-vis de l'activité économique sauf en matière d'horaires d'extinction et de publicité numérique.

Les plages d'extinction sont étendues de 23h à 6h et la publicité numérique est réservée aux zones d'activités ou commerciales.

IV. L'EVALUATION DU DOSSIER ET LES OBSERVATIONS.

Le dossier de révision du Règlement Local de Publicité, un document d'une centaine de pages, abondamment illustré et argumenté, a nécessité une étude approfondie en raison des aspects technique et réglementaire que revêt ce type de démarche.

Ce dossier, dont la qualité générale est à souligner, a été élaboré par les services techniques de la Ville de Bourg en Bresse, en collaboration avec le bureau d'études Mesures & Perspectives.

↳ La ville de Bourg a procédé à un inventaire exhaustif des emplacements publicitaires de son territoire.

On a compté 234 dispositifs publicitaires dont les 2/3 sont sur le domaine privé.

- ⇒ 21 % de ces dispositifs sont muraux, dont 70 % de grand format (8 à 12m²).
- ⇒ 38 % de ces grands formats sont éclairés, soit 60 dispositifs.
- ⇒ 80 % des dispositifs sont légaux.
- ⇒ 55 % des dispositifs illégaux sont en infraction soit avec les règles de densité, soit avec celles des murs aveugles.
- ⇒ 21 % des dispositifs font 2 m² et représentent la totalité du parc de mobilier urbain.

Les enseignes ont également fait l'objet d'une étude particulière. Afin de pas pénaliser les commerçants, la collectivité s'en est tenue au Règlement National de Publicité. Les enseignes sont soumises aux mêmes règles d'extinction nocturne, dès la fin de l'activité journalière. Des dérogations peuvent être accordées pour événements exceptionnels.

Ainsi, aucun secteur du territoire ne sera différencié, garantissant une égalité de traitement.

Ce travail préalable a conduit la collectivité à rédiger un nouveau Règlement Local de Publicité visant à préserver le cadre de vie et l'environnement urbain tout en sauvegardant au mieux les intérêts des acteurs économiques de son territoire, les commerçants, artisans, industriels d'une part, et les opérateurs publicitaires d'autre part.

Confirmant sa politique en matière de protection environnementale et de sobriété énergétique, les nuisances liées à la pollution lumineuse des dispositifs publicitaires éclairés et des enseignes numériques seront limitées au maximum grâce à la réduction des implantations et des horaires d'extinction plus étendus.

Les secteurs « sensibles », comme le centre-ville historique et les espaces naturels, seront exempts de publicité, à l'exception notable du mobilier urbain qui rend des services à la population, alors que les secteurs d'activités et commerciaux seront le domaine de prédilection de la publicité, sous condition de certaines règles de densité visant à en garantir la lisibilité, la profusion entraînant souvent la confusion.

L'ensemble des mesures proposées reflète bien la philosophie de la collectivité de réduire la présence de la publicité dans la ville, dans un souci de préservation du cadre de vie, d'économies d'énergie (électrique) et de lutte contre la pollution lumineuse.

Bien que certaines mesures paraissent coercitives (règles de densité et d'interdistance entre dispositifs, formats réduits pour les enseignes numériques, mesures particulières dans le domaine ferroviaire), le futur Règlement Local de Publicité propose un document équilibré entre protection de l'environnement urbain et intérêts économiques bien compris.

AVIS DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

Les différents points de la Révision du Règlement Local de Publicité de Bourg en Bresse sont traités de façon complète et argumentée.

Les nouvelles dispositions sont conformes à l'article de référence du Code de l'Environnement, L.581-1 et suivants, et au décret d'application de la loi ENE du 13/07/2010.

Sur le plan économique, le maintien de la plupart des 234 emplacements publicitaires actuels est de nature à calmer les inquiétudes des annonceurs.

En revanche, le focus exercé sur l'affichage numérique sous-tend une volonté de voir disparaître ce type de communication.

L'intensité lumineuse de ces dispositifs, donc leur impact, peut être aisément contrôlée et la consommation d'électricité de ces dispositifs est devenue plus sobre depuis l'usage généralisé des Leds. Ces dispositifs constituent un atout de communication ciblée pour les commerces.

Par ailleurs, les horaires étendus d'extinction contribueront largement à la sobriété énergétique voulue par la municipalité.

Je note que la collectivité va modifier la règle d'interdistance de 200 m et ne pas l'appliquer aux dispositifs numériques en vitrine.

Les règles visant à protéger les secteurs sensibles (centre-ville, futur SPR et zones naturelles), à limiter l'affichage envahissant et la profusion des panneaux le long des axes de communication respectent les grandes orientations qui ont présidé à l'élaboration du nouveau Règlement de Publicité de la ville de Bourg en Bresse.

Elles respectent les grands équilibres permettant à la ville de conserver une image attractive et une économie dynamique dans un cadre de vie et un environnement urbain préservés.

Je donne un avis favorable au projet de Révision du Règlement local de Publicité porté par la ville de Bourg en Bresse

et demande au maître d'ouvrage d'apporter les modifications auxquelles il s'est engagé dans son mémoire en réponse et de corriger les erreurs matérielles signalées dans le rapport d'enquête publique, page 28.

Saint-Maurice de Rémens le 23 juin 2022

Gérard Blanchet, commissaire enquêteur