

**COMPTE-RENDU**  
**REUNION DE CONCERTATION DU VENDREDI 22 JUIIN 2018**  
**PROFESSIONNELS DE L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE ET DES ENSEIGNES**

**REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**  
**DE LA VILLE DU HAVRE**

**Présents :**

- Laurence BESANCENOT – Adjoint au Maire chargée du Commerce – Ville du Havre
- Claude LE CORRE – DGA – Proximité et Développement Durable – Ville du Havre
- Carole LEVIEUX – Directeur – Sécurité Municipale Prévention Réglementation Commerciale – Ville du Havre
- Jessy OUKOLOFF – Directeur Adjoint – AURH
- Frédéric BEZET – Chef de Projet - AURH
- Marine LONGRAIS – Chargée d’Etudes – Service Juridique – Ville du Havre
- Christine TOUTAIN – Chef de Service – Réglementation Commerciale
- Edouard BOUREL – Société ANP / SAM PUBLICITE
- Philippe BERTOIA – Société CADRES BLANCS
- Mario CHANTRIAUX – Société CLEAR CHANNEL
- Audrey LETOURNEUR – Syndicat National de la Publicité Extérieure – Société Exterion Media
- Alain JAMES – Société JC DECAUX France
- M. DUCHATEAU – Société MEDIA LINE
- Romain DOUILLET – Société OXIAL
- Richard COCATRIX – Société URBAN CONNECT
- Antoine ZAMBANO – Société URBAN CONNECT

**Excusés :**

- Florent SAINT-MARTIN – Adjoint au Maire chargé de l’URBANISME – Ville du Havre
- Amandine DOMINGUES – Directeur – Juridiques et Marchés – Ville du Havre
- Hervé COLLETTE – Directeur – Etudes Urbaines et Prospectives – Ville du Havre
- François FORTERRE – Directeur – Voirie Urbaine et Stationnement – Ville du Havre
- Béatrice LEICHER – Chef de Secteur - Voirie Urbaine et Stationnement – Ville du Havre
- François ALEXANDRE – JC DECAUX France
- Laurent MAZAURY – Société CLEAR CHANNEL
- Jean-Christophe MONJOU – Société CLEAR CHANNEL
- David ROUSSELLE – Société EXTERION MEDIA France
- Xavier THOMAS – Société EXTERION MEDIA France
- Didier MESAS – Sociétés MD VISION / DREAM’S PUB / ILOU PUB
- Christophe PAWLETTA – OXIAL
- Vincent PIOT – Syndicat National de la Publicité Extérieure

- Stéphane DOTTELONDE – Union de la Publicité Extérieure
  - Rémy DUPUIS – Société A7 PUB
  - Christophe MAUTALEN – Société ACTIV’PUBLICITE
  - Olivier ANCENAY – Société ANP
  - Olivier LETONDEUR – Société MEDIALINE
  - Thierry BERLANDA – Société INSERT
  - Yann DENTU – Société IDESS
  - Pascal HAUCHARD – Société LE MONDE DE L’ENSEIGNE
  - Bernard LESNIER – Société TETRA P.M.S.
  - Mathieu LE CORRE – Société PEPPER GRAPHIQ
  - Christophe GRENIER – Société PUBLIMAGE
  - Société ADAM ENSEIGNE
  - Société LETTRE SHOP
  - Société CLIN D’œil
  - Société LUTRY
  - Société VISUA-COM
  - Atelier SAVARY
- 

Laurence BESANCENOT rappelle qu’une première réunion de concertation organisée en novembre 2017, avait permis de présenter les objectifs poursuivis par la Ville du Havre dans le cadre de la révision de son Règlement Local de Publicité. Les professionnels avaient alors été invités à faire part de leurs remarques auprès des services de la ville et elle les remercie pour leurs retours et leurs participations à la démarche.

Cette deuxième réunion de concertation avec les professionnels, a pour objet de présenter les principales orientations du pré-projet de Règlement Local de Publicité.

Il est précisé que les Personnes Publiques Associées ont été reçues le mercredi 20 Juin 2018, et que la réunion publique avec les habitants sera organisée à l’Hôtel de Ville le vendredi 29 juin.

Cette présentation a porté sur 5 parties :

- 1. L’échéancier prévisionnel de la procédure, lancée par délibération de septembre 2017, avec une approbation du futur RLP estimée en juin 2019.**
- 2. Un état des lieux de l’existant :**
  - a. Rappel des règles et de la cartographie du Règlement Local de Publicité de 1985
  - b. Une cartographie des dispositifs publicitaires situés sur le domaine public et le domaine privé, qui totalisent un ensemble d’environ 800 dispositifs
- 3. Des éléments de diagnostic et de constats justifiant l’instauration de nouvelles règles dans le futur RLP au vu des orientations définies par la ville :**
  - a. Une densité importante de dispositifs sur certains axes de la ville (exemples illustrés des rues Irène Joliot-Curie, Rue Eugène Mopin)

- b. Une implantation de dispositifs très proches des panneaux d'entrée et de sortie de ville, qui ne sont pas cohérents avec la signalétique de l'inscription de la ville au Patrimoine Mondial de l'Unesco
- c. Une densité importante de dispositifs publicitaires sur le domaine ferroviaire
- d. La nécessité de requalifier les boulevards d'entrée de ville (boulevard de Léningrad et boulevard Winston Churchill) en cohérence avec les aménagements réalisés sur ces axes. Aucune disposition n'existait pour ces axes dans le précédent RLP, en dehors de la réglementation nationale.
- e. Une disparité dans l'aspect et le format des dispositifs

**4. Le rappel des objectifs de la révision du RLP, tels qu'ils ont été validés par délibération du 26 septembre 2017 :**

- a) Assurer la qualité visuelle et paysagère des principales entrées de ville (routières, ferroviaires, fluviales et maritimes)
- b) Conserver les particularités paysagères de la ville et garantir la valorisation de son patrimoine bâti (maintien des perspectives visuelles vers la mer, entre ville haute et ville basse, définition de règles autour des monuments inscrits ou classés, prise en compte des secteurs bâtis identifiés au PLU (bassins, costière) avec photos à l'appui (Abbaye Graille, Costière, centre-ville, perspective vers la mer) : projection d'une cartographie présentant les projets remarquables de la ville.
- c) Définir une politique règlementaire sur les projets urbains émergents (exemple : quartier de la gare, Dumont d'Urville, Plateaux Nord et Sud, Grand Hameau, Citadelle, Stade Deschaseaux).
- d) Garantir la cohérence du traitement de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes sur les différentes voies structurantes du territoire : illustration avec photos de certains axes concernés (rue Eugène Mopin, rue de la Cavée Verte, bld de Graille)
- e) Mettre en œuvre les objectifs fixés par la ville en matière de développement durable et prolonger les exigences règlementaires du dispositif SPR. Présentation du dispositif « Site Patrimonial Remarquable » (SPR) valant Aire de Valorisation de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP), adopté par délibération du 11 juillet 2016, visant à préserver le paysage urbain et le bâti du centre reconstruit reconnu par l'Unesco. Ce dispositif reprend les principes fondamentaux de la ZPPAUP instituée en 1995.
- f) Etablir des règles cohérentes avec la mise en œuvre des objectifs fixés par le PLU, notamment en termes d'amélioration de la qualité de vie en ville. Le PLU est en cours de révision. Son approbation devrait intervenir au printemps 2019, soit quasiment selon la même échéance que la révision du RLP.
- g) Prise en compte des nouvelles technologies et des objectifs fixés dans le cadre du PADD (document consultable en ligne sur le site de la Ville).
- h) Assurer un équilibre entre le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes et la protection du cadre de vie.

## 5. Les pistes d'évolutions possibles du Règlement Local de Publicité

### a. Des évolutions géographiques :

- Proposition d'une cartographie découpée en 4 zones de publicité restreinte (ZPR) prenant en compte la problématique des entrées de ville, la situation existante sur le territoire et les futurs projets d'aménagement.

### b. Des évolutions quantitatives :

- Zone 1 et secteurs à moins de 50 mètres d'un panneau d'entrée ou de sortie de ville : Toute publicité est interdite en dehors du mobilier urbain
- Zone 2 : Interdiction des dispositifs scellés au sol – Les dispositifs muraux sont admis dans la limite d'1 seul dispositif par unité foncière dont la longueur bordant la voie est comprise entre 30 et 60 mètres. Un dispositif supplémentaire par tranche entamée de 60 mètres.
- Zone 3 : Lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif scellé au sol, les dispositifs muraux sont admis dans la limite de deux par support et par unité foncière dont la longueur bordant la voie est comprise entre 30 et 60 mètres. Un dispositif supplémentaire est accordé par tranche entamée de 60 mètres.

La longueur de l'unité foncière initialement envisagée était de 30 à 60 mètres, puis des tranches supplémentaires de 60 mètres.

Toutefois, lors de la réunion qui leur était destinée, les Personnes Publiques Associées ont fait remarquer que cette règle était plus permissive que le Règlement National. Il était donc nécessaire de corriger cette règle en prenant en compte des longueurs d'unité foncière de 30 à 80 mètres et des tranches supplémentaires de 80 mètres, pour les dispositifs muraux.

Lorsque l'unité foncière ne comporte pas de dispositifs publicitaires muraux, un seul dispositif scellé au sol est autorisé pour les unités foncières dont la longueur bordant la voie est comprise entre 30 et 60 mètres (interdits en deçà de 30 mètres). Il peut être double face. Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la voie est supérieur à 60 mètres, un dispositif supplémentaire peut être installé par tranche de 60 mètres entamée. Ils respectent entre eux une distance de 20 mètres

- Zone 4 : Interdiction des scellés au sol sur les unités foncières inférieures à 40 mètres. 1 dispositif sur les unités foncières comprises entre 40 et 80 Mètres. 1 dispositif supplémentaire par tranche entamée de 80 mètres avec une inter distance de 20 mètres entre 2 dispositifs.
- Domaine SNCF : Exiger une inter-distance de 60 mètres entre deux dispositifs

### **c. Des évolutions qualitatives :**

- Limiter le format des dispositifs à 8 M<sup>2</sup> de surface utile au lieu de 12 m<sup>2</sup>.
- Les dispositifs scellés au sol devront être mono-pied, un dos carrossé s'ils sont mono face et sans séparation visible s'ils sont double-face
- Limiter le format des dispositifs numériques à 4 M<sup>2</sup> en domaine public et en domaine privé, au lieu de 8 M<sup>2</sup> prévue par le règlement national
- Interdire la publicité numérique à proximité de carrefours importants dans un objectif de sécurité routière
- Extinction des dispositifs entre 23 heures et 6 heures à l'exception du mobilier urbain
- Interdire les accessoires inesthétiques (exemple des passerelles non rabattables pour les dispositifs muraux)
- Définir en concertation avec les professionnels une gamme de couleurs RAL pour l'encadrement des dispositifs.

### **d. Prescriptions pour les enseignes**

- Application des règles de format (8m<sup>2</sup>) et de hauteur (6 m<sup>2</sup>) aux enseignes scellées au sol
- Extension des dispositions du règlement de l'AVAP relatives aux enseignes au boulevard de Strasbourg et au Cours de la République.
- Prescription de certaines dispositions du cahier de recommandations des devantures commerciales du PLU

A l'issue de cette présentation, les remarques suivantes ont été effectuées :

#### **1/ Domaine SNCF**

La société JC DECAUX, actuel concessionnaire du marché d'affichage publicitaire avec la SNCF, informe que celle-ci contactera prochainement la ville pour transmettre ses préconisations.

#### **2/ Publicité numérique**

Le Syndicat National de la Publicité Extérieure et l'Union pour la Publicité Extérieure proposent de limiter le format des dispositifs numériques à 4 M<sup>2</sup>, au lieu de 8 M<sup>2</sup> prévus par la réglementation nationale. Ils considèrent que ce format permet de limiter l'agressivité que peut représenter un dispositif de format plus important, tout en conservant un message qualitatif.

En revanche, les représentants de la Société Urban Connect et de la société OXIAL n'approuvent pas cette disposition. Ils considèrent que l'impact visuel serait trop faible avec des formats de 4 M<sup>2</sup>. Laurence Besancenot les invite à nous soumettre ces remarques par écrit et formuler des propositions. Des visuels seront envoyés à l'appui de leurs arguments.

### **3/ Interdiction des accessoires inesthétiques**

Concernant les passerelles, il est rappelé par les professionnels que ces accessoires sont obligatoires pour la sécurité de leur personnel lors de l'affichage des dispositifs. La société JC DECAUX précise qu'elle utilise généralement des passerelles rabattables, peintes à la couleur du mur support. C'est effectivement dans cet esprit que le RLP sera rédigé, l'objectif n'étant pas d'interdire les passerelles mais d'encadrer leur installation.

Concernant le format des mono pieds, celui-ci sera précisé lors de la rédaction finale du pré-projet.

### **4/ Règles Zones Publicité Restreinte**

ZONE 2 :

L'interdiction de dispositif mural pour les unités foncières inférieures à 30 Mètres semble trop sévère pour les professionnels. Ils souhaitent que soient évalués les impacts de cette règle et demandent à ce que les dispositifs muraux soient permis sans restriction de linéaire.

ZONE 3 :

La société CADRES BLANCS fait remarquer que l'interdiction de toute publicité pour les unités foncières dont la longueur est inférieure à 30 mètres est excessive et représente des impacts très conséquents.

Les afficheurs font remarquer qu'en dehors des zones de publicité restreinte, c'est le règlement national qui s'applique. Il est bien prévu que cette précision soit apportée dans la rédaction du pré-projet.

### **5/ Interdiction d'implantation à moins de 50 mètres des panneaux d'entrée et de sortie de ville**

Les professionnels souhaiteraient qu'on interdise l'implantation en fonction d'un linéaire d'unité foncière plutôt que par rapport à une distance des panneaux, qui peuvent bouger dans le temps.

Il est précisé aux professionnels que ces panneaux sont géo référencés, ce qui facilite l'instruction des dossiers de déclarations.

D'autre part, le tissu bâti évoluant peu, il y a donc peu de risque que ces panneaux soient déplacés.

### **6/ Formats et aspects des dispositifs**

Le SNPE formulent les remarques suivantes :

- Il demande que ce soit la surface utile des dispositifs qui soient limitées à 8 M<sup>2</sup> et non le dispositif par lui-même. Il propose que le format du dispositif, encadrement compris, ne puisse excéder 11 M<sup>2</sup>
- Il suggère de limiter à 2 M<sup>2</sup> le format des publicités, y compris numériques, sur le mobilier urbain implanté en zone 1 et à 8 m<sup>2</sup> dans les autres zones réglementées. A ce sujet, il est précisé que la ville procèdera prochainement au lancement d'un nouvel appel d'offres pour le marché de mobilier urbain. C'est le cahier des charges qui fixera les règles d'implantation du mobilier urbain.

Les afficheurs sont invités à adresser leurs propositions de couleurs pour l'encadrement des dispositifs à partir d'une gamme de couleurs RAL.

### **Conclusion**

A l'issue de la réunion, il est convenu que la Ville du Havre adresse aux professionnels une carte plus précise des zones, qui puisse leur permettre de travailler sur les impacts de ce pré-projet, au regard de leur patrimoine.

Un retour de leur part est attendu pour le 15 Juillet prochain.

**Annexe** : Powerpoint présenté lors de la réunion