

COMPTE-RENDU
REUNION DE CONCERTATION DU MERCREDI 20 JUIN 2018
PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

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
- Hervé COLLETTE – Directeur – Etudes Urbaines et Prospectives – Ville du Havre
- Marine LONGRAIS – Chargée d'études – Service Juridique – Ville du Havre
- Christine TOUTAIN – Chef de Service – Réglementation Commerciale
- Christophe MOINIER – inspecteur des sites – DREAL
- Manon ORIA – Conseillère Commerce – CCI
- Cédric MAILLET – Responsable Commerce – CCI
- Christophe GRENON - DDTM
- Mathieu CROIZE – Chargé du Développement Territorial – Chambre des Métiers et de l'Artisanat

Excusés :

- Florent SAINT-MARTIN – Adjoint au Maire chargé de l'URBANISME – Ville du Havre
- Jessy OUKOLOFF – Directeur Adjoint – AURH (représentant le SCOT le Havre pointe de Caux Estuaire)
- François FORTERRE – Directeur – Voirie Urbaine et Stationnement – Ville du Havre
- Amandine DOMINGUES – Directeur – Juridiques et Marchés – Ville du Havre
- Christelle LECOEUR – Chargée de mission Publicité – DDTM
- Laurent BRESSON – Directeur – DDTM
- Fabrice OTERO – Chef de Service - DDTM
- Martial GALOPIN – Chef de Service Aménagement du Territoire – Commune de Gonfreville l'Orcher
- Luc LEMONNIER – Président – SCOT le Havre Pointe de Caux Estuaire / CODAH
- Fabienne BUCCIO – Préfète de la Région Normandie, Préfète de la Seine-Maritime
- Marie AUBERT – Sous-Préfète du Havre
- Patrick BERG – Directeur – DREAL
- Hervé MORIN – Président – Conseil Régional
- Pascal MARTIN – Président – Conseil Départemental de Seine-Maritime
- Léa LASSARAT – Présidente – Chambre de Commerce et d'Industrie Seine Estuaire
- Christophe DORE – Président – Chambre de Métiers et de l'Artisanat
- Sébastien WINDSOR – Président – Chambre d'Agriculture de la Seine-Maritime
- Louis TEYSSIER – Président – Section Régionale de la conchyliculture Normandie – Mer du Nord

Une première série de réunions de concertation organisées 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.

Cette deuxième réunion de concertation avec les Personnes Publiques Associées (PPA), a pour objet de présenter les principales orientations du pré-projet de Règlement Local de Publicité.

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 Gravelle, Costière, centre-ville, perspective vers la mer) : projection d'une cartographie présentant les projets remarquables de la ville.
 - c) Définir une politique réglementaire 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 Gravelle)

- e) Mettre en œuvre les objectifs fixés par la ville en matière de développement durable et prolonger les exigences réglementaires 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.
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 M² de surface utile au lieu de 12 m².
- 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 M² en domaine public et en domaine privé, au lieu de 8 M² 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 (8m²) et de hauteur (6 m²) 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/ Zone 3 :

Les services de l'Etat soulignent que la règle de densité initialement proposée pour la Zone 3 est plus permissive que la réglementation nationale, ce qui n'est pas autorisé, le RLP devant obligatoirement être plus restrictif.

Le souhait de la ville étant d'interdire les dispositifs pour les unités foncières dont la longueur est inférieure à 30 mètres, il est suggéré de se baser sur une première tranche de 30 à 80 Mètres, sur cette zone, au lieu de 30 à 60 mètres, puis des tranches entamées de 80 mètres.

Pour une simplification lors de l'instruction des demandes, les services de l'Etat préconisent de remplacer les 60 mètres par 80 mètres dans toutes les zones.

2/ Stade Océane :

Les services de l'Etat informent qu'une nouvelle réglementation a été récemment mise en place concernant les équipements sportifs de plus de 15.000 places, mentionnés aux articles L.581-7 et 10 du code de l'environnement. Conformément aux articles R.581-26, 32,34 et 41, dans l'emprise du

stade, les publicités scellées au sol peuvent avoir une surface maximale de 50 M², les publicités murales peuvent couvrir 20% du mur support et les publicités numériques sont limitées à 50 M². La Ville du Havre prévoit donc d'interroger la CODAH, gestionnaire de l'équipement, pour convenir d'une règle éventuelle dans le futur RLP.

Dates des prochaines réunions publiques de concertation

- 22 Juin 2018 avec les professionnels
- 29 juin 2018 avec les habitants

Annexe : Powerpoint présenté lors de la réunion