

**COMPTE-RENDU
REUNION DE CONCERTATION DU VENDREDI 29 JUIN 2018
AVEC LES HABITANTS**

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

Présents :

- Laurence BESANCENOT – Adjoint au Maire chargée du Commerce – Ville du Havre
- Florent SAINT-MARTIN – Adjoint au Maire chargé de l’Urbanisme – 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
- Christine TOUTAIN – Chef de Service – Réglementation Commerciale
- Laurence JAIN – Chargé d’Etudes - Urbanisme
- Frédéric BEZET – Chargé de Projets - AURH
- Marine LONGRAIS – Chargée d’Etudes – Service Juridique – Ville du Havre
- Jean-Luc SALADIN – Conseiller Municipal – Représentant l’Association Paysages de France
- Annie LEROY – Association Ecologie pour le Havre
- Pierre BLOUET - Habitant

Absents / Excusés :

- Jessy OUKOLOFF – Directeur Adjoint – AURH
- François FORTERRE – Directeur – Voirie Urbaine et Stationnement
- Maison de l’Estuaire – Le Havre
- Association France Nature Environnement Normandie - Rouen
- Association Les Amis de la Nature – Le Havre

La révision du Règlement Local de Publicité a été lancée par délibération du 27 septembre 2017. Une première réunion de concertation avait été organisée le 30 novembre 2017 auprès des habitants, afin de présenter les objectifs poursuivis par la Ville du Havre dans le cadre de cette démarche. Malgré les informations relayées dans la presse, dans le magazine local, et sur le site Web de la Ville, aucun habitant n’avait participé à cette première réunion.

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

La 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. Il est précisé qu'une phase d'enquête publique débutera après l'adoption par délibération du pré-projet de RLP, prévue en octobre 2018.
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 80 mètres. Un dispositif supplémentaire est accordé par tranche entamée de 80 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 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/ Publicité Numérique

Annie LEROY demande s'il n'est pas possible d'imposer une couleur pour le contenu des messages numériques. Il est précisé que le RLP instaure des règles d'implantation des dispositifs mais ne peut intervenir sur le contenu des messages.

Il est également rappelé que la publicité numérique peut être limitée, voire interdite dans certaines zones, et que des règles spécifiques soient prévues pour le format des dispositifs. En revanche, il n'est pas possible de l'interdire totalement sur l'ensemble d'un territoire.

2/ Contenu des publicités

Jean-Luc SALADIN et Annie LEROY regrettent que la collectivité, à travers son RLP, ne puisse réglementer le contenu des messages.

Ils font notamment référence à toutes les publicités promouvant la consommation de boissons alcoolisées, la restauration rapide, etc..., qui ont des impacts très négatifs sur la santé.

3/ Bâches publicitaires

La réglementation nationale prévoit un certain nombre de dispositions concernant l'installation des bâches publicitaires.

Le pré-projet de RLP pourrait prévoir des règles plus restrictives pour en limiter l'usage. Il est toutefois fait remarquer que la ville du Havre n'est pas très impactée par ce type de publicité.

4/ Questions de Paysages de France

L'association Paysages de France a fait parvenir en amont de cette réunion de concertation plusieurs remarques, transmises par Jean-Luc SALADIN :

Interdiction des panneaux 4 X 3 m	Les afficheurs ont proposé de limiter les surfaces utiles de publicité à 8 M ² . Après adoption du RLP, les afficheurs auront 2 ans pour se mettre en conformité. Si cette mesure est adoptée, les panneaux 4 X 3 disparaîtront
Interdiction des bâches	Le Règlement National encadre l'installation des bâches qui est soumise à autorisation. Le RLP pourra prévoir des dispositions plus restrictives
Limiter les chevalets	L'occupation des trottoirs fait l'objet d'un règlement fixé par arrêté du Maire du 13 décembre 2013. Celui-ci prévoit que les chevalets soient installés au droit du commerce. Ils ne doivent pas être une gêne pour les piétons et un passage de 1,50 mètre libre de tout obstacle doit être garanti
Interdiction du fluo	Le RLP réglemente les implantations des publicités mais pas leur contenu
Interdiction des dispositifs numériques	Il est envisagé de limiter le format des numériques à 4 M ² . En revanche, il n'est pas possible d'interdire le numérique sur l'ensemble d'un territoire.
Interdire les drapeaux ou flammes	Question à préciser
Interdire les enseignes sur les toits	A revoir avec le service Urbanisme

Annexe : Powerpoint présenté lors de la réunion