



REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

DE LA VILLE DU HAVRE

NOTE DE PRESENTATION – ENQUETE PUBLIQUE

Personne publique responsable du règlement : Communauté Urbaine Le Havre Seine-Métropole – Hôtel de la Communauté– 19 rue Georges Braque – 76085 Le Havre Cedex

Objet de l'enquête publique : Révision du Règlement Local de Publicité (RLP) pour le territoire de la Ville du Havre

Préambule :

La ville du Havre a prescrit la révision de son Règlement Local de Publicité par délibération du 18 septembre 2017, fixant les objectifs suivants :

- assurer la qualité visuelle et paysagère des principales entrées de ville qu'elles soient routières, ferroviaires, ou maritimes (port de plaisance, quais affectés aux croisières) ;
- garantir la cohérence du traitement de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes sur les différentes voies structurantes du territoire ;
- anticiper en définissant parallèlement aux projets urbains émergents une politique réglementaire en matière de publicité, de pré-enseignes et d'enseignes : quartier de la gare, Dumont d'Urville, plateaux nord et sud, Grand Hameau, Citadelle, Stade Deschaseaux... ;
- conserver les particularités paysagères de la Ville et garantir la valorisation de son patrimoine bâti : maintien des perspectives visuelles en direction de la mer, entre ville haute et ville basse, définition d'une politique autour des monuments inscrits ou classés, prise en compte des secteurs bâtis identifiés au PLU (bassins, costière...);
- mettre en œuvre les objectifs fixés par la Ville en matière de développement durable et prolonger les exigences réglementaires du dispositif AVAP ;
- prendre en compte l'arrivée des nouvelles technologies en matière d'affichage ;
- établir, selon les enjeux identifiés pour les différents secteurs, des règles en matière d'affichage et d'enseignes en participant à la mise en œuvre des objectifs fixés dans le cadre du PLU et notamment son objectif n° 2 « Améliorer la qualité de vie en ville » ;

- assurer un nécessaire 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 et notamment de nos paysages.

Le projet de nouveau règlement a été élaboré au terme d'une phase de concertation avec les personnes publiques associées, les professionnels, la population et les associations environnementales. Cette phase de concertation a fait notamment l'objet de plusieurs réunions publiques :

- Les 20 novembre 2017 et 20 juin 2018, avec les Personnes Publiques Associées
- Les 24 novembre 2017 et 22 juin 2018, avec les professionnels
- Les 30 novembre 2017 et 29 juin 2018 avec les habitants
-

Une rubrique dédiée au déroulement de la procédure peut être consultée sur le site de la Ville, et une adresse mail a été créée pour recueillir les observations des habitants.

La ville du Havre a arrêté son projet de RLP par délibération du 12 novembre 2018, puis par délibération du 28 janvier 2019 afin de rectifier une erreur de rédaction.

Au 1^{er} janvier 2019, la compétence Plan local d'urbanisme, à laquelle est rattachée la compétence Règlement local de publicité, a été transférée à la communauté urbaine Le Havre Seine-Métropole. Désormais compétente en matière de règlement local de publicité, la Communauté urbaine s'est prononcée, par délibération du 7 février 2019, sur sa volonté de poursuivre et achever la révision en cours de ce document initiée par la ville du Havre. L'accord de cette dernière, requis dans ce cas, lui a été donné par délibération en date du 28 janvier 2019.

Problématiques soulevées

Le projet de RLP a été élaboré en tenant compte :

- Des dispositions déjà existantes dans le règlement de 1985
- Des évolutions réglementaires introduites par la loi du 12 Juillet 2010, portant Engagement National pour l'Environnement, dite loi « ENE »
- Des évolutions du contexte urbain sur le territoire havrais
- Des projets d'aménagement à venir sur certains quartiers de la Ville
- De l'évolution technologique des supports de publicité (prise en compte de la publicité numérique)

Un diagnostic réalisé sur le territoire de la Ville a permis de constater les éléments suivants :

- Une densité importante des dispositifs publicitaires sur certains axes de la Ville (exemple : Rue Irène Joliot Curie, Rue Eugène Mopin)
- Des dispositifs très proches des panneaux d'entrée ou sortie de ville
- La nécessité de soigner les boulevards d'entrée de ville (Léningrad et Winston Churchill) en cohérence avec les travaux d'aménagement nouvellement réalisés sur ces axes.
- Des dispositifs nombreux sur le domaine ferroviaire
- Des dispositifs disparates et de grand format

Ces constats, incompatibles avec les objectifs fixés par la ville en termes de préservation de la qualité visuelle et paysagère de son territoire, ont permis de définir des pistes d'amélioration à traiter à travers le nouveau règlement : soigner les entrées et sorties de ville, alléger la densité des dispositifs

sur les axes les plus chargés, exiger une plus grande homogénéité dans l'aspect et les types de dispositifs.

Le travail mené en réponse aux problématiques soulevées, a conduit aux principales dispositions suivantes :

Les dispositions quantitatives

4 zones réglementées, plus restrictives que la réglementation nationale, sont définies sur le territoire de la ville dans le projet de RLP révisé. Elles ont, d'une façon générale, un objectif de protection du paysage en réduisant la densité des implantations.

Zone 1 et à moins de 50 mètres des plaques d'entrée et sortie de ville

Dans cette zone, toute publicité est interdite en dehors du mobilier urbain. Il s'agit de protéger le centre-ville reconstruit, le front de mer, les entrées et sorties d'agglomération, le quartier réaménagé des Docks, et l'éco quartier du Grand Hameau au nord de la ville.

Zone 2

Dans cette zone, tous les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits, en dehors du mobilier urbain. Les dispositifs muraux sont autorisés uniquement sur les unités foncières dont la longueur bordant la voie ouverte à la circulation publique est supérieure à 30 mètres. Il s'agit de protéger la costière et répondre à l'objectif de maintien des perspectives visuelles entre la ville haute et la ville basse.

Zone 3

Les dispositifs publicitaires sont interdits sur les unités foncières dont la longueur bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 30 mètres. Cette règle de densité s'appliquera sur les axes où la densité de dispositifs actuelle est très importante (avenue du Bois au Coq, Rues Pierre Mendès France, Eugène Mopin et Irène Joliot-Curie).

Zone 4

Les dispositifs publicitaires sont interdits sur les unités foncières dont la longueur bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 40 mètres. Cette règle de densité s'appliquera sur les boulevards Winston Churchill et Léninegrad, et avenue Jean Jaurès, axes d'entrée de ville à qualifier.

Domaine ferroviaire

Une distance de 60 mètres entre chaque dispositif devra être respectée, pour alléger la densité des implantations.

Les dispositions qualitatives

En complément des dispositions prévues par le règlement national, les dispositions suivantes ont été intégrées au projet de RLP révisé, dans un souci de bonne insertion dans l'environnement et de protection du cadre de vie :

- La surface unitaire utile des dispositifs publicitaires ne peut excéder 8 M².
- Les passerelles sont admises lorsqu'elles sont repliables et peintes en harmonie avec le mur support.
- Les structures et accessoires des dispositifs publicitaires doivent être choisis dans une gamme RAL définie par le règlement.
- Les dispositifs scellés au sol sont exclusivement de type mono pied.

- La surface des dispositifs numériques ne peut excéder 4 m² (sauf boulevard de Leningrad)
- L'extinction des publicités lumineuses est obligatoire entre 23 heures et 6 heures, à l'exception du mobilier urbain.
- Pour des raisons de sécurité routière, la publicité numérique est interdite à moins de 50 mètres de certains carrefours importants.