

organisme	thème	disposition concernée	éléments de réponse
<p>Association Paysages de France Avis du 12-10-2019</p>	<p>Considérations générales (pages 1- 2)</p>	<p>aucun en particulier, tous en général</p>	<p>À noter : L'association « Paysages de France » indique que son avis est « partagé par l'association Sites et Monuments » qui n'a pas demandé à être consultée dans le cadre de la procédure de révision du RLP.</p> <p>Les observations exprimées en pages 1 et 2 n'appellent aucune réponse particulière, dès lors qu'elles correspondent à l'expression de points de vue généraux à l'égard de la publicité ou de certaines formes de publicité, points de vue que l'association a d'ailleurs le plus souvent déjà exprimés et qui ont été débattus au cours de la concertation durant l'élaboration du projet de révision du règlement local de publicité. Ces points de vue ne portent donc pas sur tels ou tels aspects du projet de règlement. Certaines thématiques comme l'écologie, le réchauffement planétaire, la consommation effrénée, la mise en danger des usagers des voies publiques sont étrangères aux préoccupations de protection et de mise en valeur des paysages qui sont les motivations premières d'un règlement local de publicité et qui doivent justifier les dispositions adoptées.</p> <p>En résumé, ces positions relèvent d'un manifeste « <i>anti- publicitaire</i> » dont, pour l'essentiel, l'argumentation consiste à prétendre que la loi française est mal faite et que les collectivités devraient au nom d'une conscience écologique supérieure en écarter l'application au profit d'excès de pouvoir (manifestes) à l'égard de la publicité et des enseignes.</p> <p>En fait, l'essentiel des reproches adressés par l'association au RLP rémois, c'est de s'inscrire dans le respect de la loi : l'association peut estimer que cet état du droit est insatisfaisant mais il n'est pas concevable que des autorités publiques, disposant d'un pouvoir "réglementaire" (exorbitant du droit commun), s'écartent du cadre de la légalité.</p>

organisme	thème	disposition concernée	éléments de réponse
Association Paysages de France	Dispositions applicables dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-8 du Code de l'Environnement (pages 4-5)	Opposition aux possibilités de publicité numérique sur mobiliers urbains sans limitation de nombre ou règle de densité	<p>La publicité numérique est limitée à 2 m² ou 2,1 m² sur ces mobiliers urbains. S'agissant de mobiliers par définition installés sur le domaine public, sujet à aménagements réguliers et dont la fonction principale est autre que publicitaire (abriter des voyageurs, recevoir des informations à caractère générales ou locales...), une règle d'espacement ou une limitation en nombre ne sont pas des dispositions appropriées car inutilement contraignantes pour les collectivités concernées.</p> <p><u>Réponse déjà apportées dans le bilan de la concertation</u> : « <i>L'assouplissement proposé est limité essentiellement à la publicité apposée sur mobilier urbain avec limitation à 2m² de celle sur les mobiliers d'information. La publicité numérique sur abris voyageurs et sur mobiliers d'information de 2 m², déjà présente, a été autorisée par l'architecte des bâtiments de France.</i></p> <p><i>Les autres dispositifs admis sont les chevalets ou oriflammes installés directement sur le sol au bénéfice des commerçants, que le maire autorise au cas par cas au titre du permis de stationnement. Le RLP leur fixe des dimensions maximales. »</i></p>
	Dispositions applicables dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-8 du Code de l'Environnement (pages 4-5)	Opposition aux possibilités de publicité numérique sur palissades de chantier	<p>La présence de publicité sur les palissades de chantier est temporaire.</p> <p>La limitation nationale de la publicité numérique à 8 m² lui est applicable.</p>
	Dispositions applicables dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-8 du Code de l'Environnement (pages 4-5)	Opposition aux possibilités de publicité numérique sur 2 catégories de bâches, sous forme « d'écrans géants »	<p>Le RLP admet les bâches publicitaires temporaires apposées sur échafaudage de chantier (les bâches publicitaires permanentes sur mur de bâtiment sont interdites) et les dispositifs de dimensions exceptionnelles. Ces 2 types de supports publicitaires sont soumis à autorisation préalable du Maire.</p> <p>Sur les bâches, la publicité numérique est limitée à 8 m² et à 6 m de hauteur par la réglementation nationale.</p> <p>Cette limitation ne vaut pas pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui, eux, sont soumis à autorisation du maire après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites. Dans le cadre de ce double contrôle, une limitation adaptée pourra être fixée, le cas échéant, par l'autorisation délivrée par le Maire.</p>

organisme	thème	disposition concernée	éléments de réponse
Paysages de France	Dispositions applicables en ZP2 (pages 4-5)	Opposition aux possibilités de publicités murales et scellées au sol d'une surface unitaire maximale de 10,60 m ² avec encadrement	<p>Toutes les dispositions proposées dans cette zone constituent des restrictions significatives qui rendront moins prégnante la publicité, qui, en dehors des lieux protégés, ne peut être légalement totalement interdite.</p> <p>Par exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la limitation à 10,60 m² encadrement compris est complétée par une limitation de la surface de l'affiche à 8 m², qui ne permet donc pas l'exploitation de préenseignes dites « longue conservation » (réalisées sur mesure) d'une surface d'affichage de 9,50 m² ou plus ; - l'interdiction sur tout support mural autre que murs de bâtiment ; - la limitation à 1 dispositif par façade sur voie.
	Dispositions applicables en ZP2 (pages 4-5)	Opposition aux possibilités de publicité apposée sur mobiliers d'information jusqu'à 8 m ² incluant les écrans numériques, sans limitation de nombre, ni règle de densité	Voir réponse page 4 « Mesures prioritaires - publicités sur mobilier urbain »
	Dispositions applicables en ZP2 (pages 4-5)	Opposition aux possibilités de bâches publicitaires et de dispositifs de dimensions exceptionnelles sans limitation pour la publicité numérique	<ul style="list-style-type: none"> - pour les bâches temporaires de chantier et les dispositifs de dimensions exceptionnelles, voir réponse ci-dessus ; - la publicité sur les bâches publicitaires permanentes uniquement admises sur mur de bâtiment, est limitée à 12 m², là où la réglementation nationale ne fixe aucune limite.
	Dispositions applicables en ZP3 (page 5)	Opposition aux règles proposées (maintien des règles nationales, sans restriction locale)	<p>Il s'agit là d'une position « anti-publicitaire » contestant les dispositions de la loi elle-même, qui sont celles qui s'appliquent sur la majeure partie du territoire national, en l'absence de RLP dont l'adoption ne constitue aucunement une obligation.</p> <p>Dans la mesure où les lieux les plus impactés par la publicité sont mis en ZP2, la ZP3 ne concerne que des lieux sans enjeu, il n'est donc pas nécessaire d'y fixer des restrictions supplémentaires.</p>

	<p>Dispositions applicables en ZP3 (page 5)</p>	<p>Opposition aux possibilités spécifiques de publicité sur le domaine ferroviaire</p>	<p>En ZP3, le domaine ferroviaire constituant du domaine public est régi par la règle de densité fixée par le paragraphe II de l'article R. 581-25 du Code de l'Environnement. Le RLP durcit cette règle nationale en imposant un espacement entre 2 dispositifs consécutifs. Le nombre maximal global fixé de 50 correspond à la situation existante, qui ne se traduit pas par une surdensité : 50 dispositifs sur un linéaire total de 14 km.</p>
	<p>Mesures prioritaires (pages 6 et 22) Publicités autres que sur mobilier urbain</p>	<p>Proposition de fixer un format unique de 4 m² maximum (hors tout) pour la publicité murale admise uniquement sur mur de bâtiment aveugle, à raison d'un dispositif par emplacement sur façade Règle unique pour une égalité de traitement de tous les habitants</p>	<p>Le format unitaire de 4 m² est celui prévu par la réglementation nationale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, situation sans relation avec celle rémoise.</p> <p>Le RLP adapte la réglementation nationale aux spécificités locales d'un territoire.</p> <p>Au vu de l'étendue du territoire rémois (plus de 47 km²), une seule zone de publicité réglementée (hors lieux protégés) ne serait pas suffisante pour rendre compte de la spécificité des différents lieux et les traiter en fonction de la pression publicitaire qu'ils supportent ou non. Le zonage proposé n'opère pas de discrimination entre quartiers puisqu'il traite en ZP2, des voies ou séquences de voies continues et ce, en fonction de leur intérêt urbain.</p>
		<p>Proposition d'interdiction des publicités numériques (à défaut admises uniquement sur dispositifs scellés au sol de 1 m² et sur terrain occupé par bâtiment commercial) en toutes zones</p>	<p>La publicité numérique, en tant que publicité lumineuse, est soumise à autorisation du Maire, et donc à l'appréciation au cas par cas par le Maire : elle ne peut dès lors, hors lieux d'interdiction légale, être totalement interdite par un RLP : une telle interdiction serait illégale.</p> <p>À défaut d'une telle interdiction illégale, les restrictions proposées par l'association seraient excessivement sévères et priveraient de fait, la publicité numérique exploitée dans ces conditions, de toute visibilité.</p>

		<p>Proposition d'interdiction de la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol (à défaut, limitée à 2 m² et 2,20 m de hauteur et uniquement sur terrains non occupés par habitation et d'au moins 200 m de façade)</p>	<p>L'interdiction totale de ce type de dispositifs serait une mesure excessivement restrictive, à l'échelle de tout le territoire aggloméré rémois, dès lors que la majeure partie du parc existant est constituée de dispositifs scellés au sol, les murs de bâtiment aveugles étant peu fréquents (sur 557 dispositifs de 6.8m² et plus recensés en 2018, 473 étaient scellés au sol et 84 muraux).</p> <p>A défaut d'une telle interdiction illégale, les restrictions proposées reviennent, de fait, à une interdiction déguisée, compte-tenu de la rareté des unités foncières présentant plus de 200 m de façade !</p>
		<p>Proposition d'interdiction de la publicité installée en toiture et des bâches publicitaires</p>	<p>La publicité installée en toiture ne peut être que lumineuse et donc, à ce titre, soumise à autorisation du maire, comme les bâches publicitaires. Le maire exerce à cette occasion un contrôle « circonstancié » de l'insertion paysagère des dispositifs envisagés.</p> <p>Compte tenu de ce pouvoir d'appréciation, une interdiction totale de ces deux types de publicités serait illégale.</p>
	<p>Mesures prioritaires (page 7) Publicités sur mobilier urbain</p>	<p>Demande tendant à « <i>bannir les dispositifs mentionnés à l'article R.581-47, à tout le moins d'en réduire drastiquement le format, la hauteur et le nombre</i> »</p>	<p>Les mobiliers mentionnés à l'article R. 581-47 ont pour première fonction de recevoir des informations à caractère général ou local, répondant aux besoins de communication des collectivités. La publicité qu'ils supportent est apposée à titre accessoire et selon une surface qui ne peut excéder celle des informations non publicitaires. Depuis la loi de 1979, ces mobiliers (comme 4 autres : abris voyageurs, kiosques à usage commercial, mâts et colonnes porte-affiches) bénéficient d'un régime spécifique, eu égard aux services rendus aux collectivités, qui en contrôlent l'installation dans le cadre des contrats conclus avec des opérateurs choisis.</p> <p>C'est dans le cadre de ces contrats, que sont fixés les caractéristiques des mobiliers et leurs emplacements. Le RLP fixe le cadre réglementaire, et il n'est pas opportun qu'il fixe une règle de densité ou un nombre global (cf. réponse précédente).</p> <p>Quelle que soit la collectivité qui les installerait, les mobiliers urbains qui supportent, à titre accessoire, de la publicité numérique seront soumis à l'autorisation du maire et, dans les abords des monuments historiques ou en site patrimonial remarquable, avec l'accord de l'architecte des bâtiments de France au titre des dispositions des codes de l'urbanisme et du patrimoine.</p>

		<p>Proposition de restrictions concernant la publicité sur abri voyageurs : 1 face dédiée à la promotion du patrimoine architectural, artistique et culturel des collectivités, interdiction publicité numérique et défilante, règle de densité et obligation d'extinction nocturne (pages 7-8)</p>	<p>Le nombre et les emplacements des abris destinés aux voyageurs sont déterminés par les nécessités découlant du parcours des lignes concernées. Leur exploitation accessoirement publicitaire permet aux collectivités de ne pas prendre en charge l'investissement pour ces mobiliers, ni leur entretien.</p> <p>Fixer un espacement entre 2 abris ou un nombre global, interdire la publicité numérique ou défilante, constituent des restrictions importantes et conduiraient à une rigidité excessive, ne permettant pas l'évolution du parc au gré des besoins des collectivités et l'équilibre des contrats correspondants.</p>
	<p>Enseignes en ZP2 et ZP3</p>	<p>Enseignes numériques (pages 10-11-12) : contestation du contexte législatif et réglementaire présenté et demande de leur interdiction (page 13)</p>	<p>Les précisions concernant le durcissement de la réglementation nationale depuis 2012, le caractère facultatif des dispositions locales concernant les enseignes, le contrôle assuré par le régime d'autorisation constituent le simple exposé des possibilités et contraintes telles que l'état du droit les exprime... il n'appartient pas au RLP de s'en écarter.</p> <p>L'interdiction totale des enseignes numériques, alors que celle de la publicité numérique (cf. point précédent) est illégale, serait incohérente, tant du point de vue juridique que, surtout, d'un point de vue paysager. C'est pourquoi en ZP2, la surface unitaire des enseignes numériques scellées au sol est limitée, comme la publicité, à 8 m² au lieu de 12 m² admis en réglementation nationale.</p>
	<p>Enseignes en ZP2 et ZP3</p>	<p>Proposition d'interdiction des enseignes apposées sur clôture, qu'elles soient permanentes ou temporaires (page 13)</p>	<p>Le régime d'autorisation permet d'apprécier au cas par cas l'opportunité d'autoriser ces enseignes. Dans certaines configurations, leur présence serait moins impactante que celle de dispositifs scellés au sol, notamment lorsque la façade de l'activité est trop en retrait de l'alignement pour permettre la lisibilité des enseignes apposées sur façade</p>
	<p>Enseignes en ZP2 et ZP3</p>	<p>Proposition de n'admettre les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus de 1 m² (page 14) qu'en l'absence de façade visible depuis la voie</p>	<p>La proposition ne fixe aucune distance à partir de laquelle il serait considéré qu'une façade est ou non visible depuis la voie ouverte à la circulation publique. Dans certain cas, si la façade est très éloignée de l'alignement, l'enseigne apposée en façade devrait, pour être visible et surtout lisible, atteindre des dimensions peu compatibles avec la protection des paysages.</p> <p>Une telle restriction paraît donc paysagèrement contre-productive.</p> <p>Dans une telle situation, admettre une enseigne scellée au sol semble plus respectueux de l'environnement.</p>

	<p>Enseignes en ZP1 et ZP3</p>	<p>Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'1 m² ou moins (page 15) : signale l'absence de règle en ZP1 et en ZP3 et demande soit leur interdiction totale, soit leur limitation à 1 dispositif par voie, dans la limite de 2 au maximum</p>	<p>En ZP1, les enseignes de moins d'1 m² installées directement sur le sol sont réglementées (article 6) : 1 dispositif par établissement de 0,80 m de largeur et 1,20 m de hauteur par rapport au niveau du sol ou si largeur inférieure à 0,50m, hauteur jusqu'à 2,30 m. Celles de plus d'1 m² scellées au sol ne font pas l'objet de règles spécifiques : la disposition de l'article 6. « <i>enseignes scellées au sol</i> • <i>leur surface est limitée à 6 m²</i> • <i>leur hauteur ne peut excéder 6,50 m au-dessus du sol</i> » concerne toutes les enseignes quelle que soit leur surface. Cette précision sera apportée dans le règlement et dans le rapport de présentation, après l'enquête publique En ZP3 : une limitation en nombre des enseignes de moins d'1 m² n'a pas été jugée nécessaire.</p>
	<p>Enseignes en ZP2 et ZP2</p>	<p>Enseignes en façade : demande d'un plafonnement de la surface, en sus des proportions nationales maximales de 15 % (6 m²) et 25 % (4 m²) de la surface de la façade commerciale</p>	<p>La disposition nationale instituée en 2012 (alors que depuis 1982 aucune restriction de surface n'existait), constitue une mesure importante et raisonnable, fondée sur la proportionnalité. Contrairement à ce que prétend l'association, une enseigne de « grandes dimensions », ne constitue pas automatiquement une publicité. Cette requalification dépend essentiellement de la situation de l'emplacement concerné et de sa visibilité à de très grandes distances. La surface maximale proposée pour les façades commerciales de plus de 50 m² (6 m² au lieu de 4 m² pour celles de moins de 50 m²) est inadaptée aux pratiques de signalisation des grands établissements commerciaux.</p>
	<p>Enseignes en ZP2 et ZP3</p>	<p>Demande d'interdiction des enseignes installées en toiture</p>	<p>En ZP2 : les enseignes installées en toiture sont admises uniquement pour des activités occupant plus de la moitié du bâtiment ; pour les autres activités, l'installation des enseignes en toiture est interdite comme l'est la publicité lumineuse En ZP3 : les dispositions nationales ont paru suffisantes, car en plus de la limitation en hauteur des lettres ou signes découpés, s'applique depuis 2012, la limitation à 60 m² de leur surface totale. L'argument d'un « <i>exercice plus équilibré de la concurrence</i> » avancé par l'association pour justifier l'interdiction totale n'est pas pertinent car il ne prend pas en considération les caractéristiques des lieux et bâtiments, supports d'enseigne. En tout état de cause, les motivations des règles locales sont la préservation des paysages et non pas la régulation de la concurrence !</p>

	<p>Enseignes temporaires annonçant des opérations exceptionnelles de moins de 3 mois</p>	<p>Demande que les enseignes temporaires scellées au sol, ou lumineuses et numériques soient interdites et que leur surface unitaire soit limitée (2 m²) lorsqu'elles sont apposées en façade</p>	<p>Les enseignes temporaires constituent une catégorie spécifique dans le Code de l'Environnement qui leur accorde le bénéfice de dispositions moins restrictives que celles qui s'appliquent aux enseignes permanentes : le RLPi n'est pas habilité à restreindre les règles concernant les enseignes temporaires : l'article L. 581-20 du Code de l'Environnement ne prévoit pas que le RLPi puisse les réglementer.</p>
	<p>Extinction nocturne des publicités et des enseignes</p>	<p>Demande que la plage nationale d'extinction nocturne soit élargie :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>pour les enseignes</u> : extinction dès cessation de l'activité, • <u>pour les publicités</u>, entre 20h et 8h du 1^{er} octobre au 31 mars et entre 21h et 7h du 1^{er} avril au 30 septembre 	<p>Assurer le respect de plages d'extinction aussi variées ne serait probablement pas une tâche aisée pour les services chargés de l'application du RLP : édicter des règles dont il n'est pas possible d'assurer le respect est juridiquement contre-productif</p> <p>Le maintien des dispositions applicables sur la majeure partie du territoire national, et déjà en vigueur sur le territoire rémois, a semblé une position raisonnable.</p>
	<p>Annexes au RLP</p>	<p>Demande de mise à disposition de plans « vectorisés » des lieux d'interdiction de publicité dans le rapport de présentation</p>	<p>Le RLP comporte en annexe, alors qu'aucune disposition du Code de l'Environnement ne l'envisage, les plans des lieux d'interdiction de publicité. S'ils devaient être insérés dans le rapport de présentation, ils ne seraient pas lisibles. En tant qu'annexe du RLP, ils pourront aussi être actualisés par des arrêtés de « mise à jour », contrairement au rapport de présentation qui ne peut faire l'objet que d'une modification ou une révision</p>