Département des Pyrénées Orientales

Enquête Publique unique

Règlement Local de Publicité Intercommunal

Perpignan Méditerranée Métropole

Du 4 octobre au 5 novembre 2021

Rapport d'enquête

Martine JUSTO – Commissaire enquêtrice

Sommaire

Table des matières

A. Procès-Verbal du Déroulement de l'Enquête 3
I. Objet de l'enquête 3
II. Les Objectifs 4
III. Les Orientations et les Choix 4
IV. Règlementation 6
V. Procédure d'enquête 6
V.1. Mise en place de la procédure 6
V.2. Le dossier 10
V.3. Rencontres avec le Maître d'Ouvrage et les référents 11
V.4. Le déroulement de l'enquête 11
B. Analyse des Observations 14
I. Observations des personnes publiques associés (PPA) 14
II. Observations de la Commission Départementale Nature Paysages et Sites (CDNPS) 16
III. Observations recueillies au cours de l'enquête 17
III.A. Lors des permanences 18
III.B. Sur les registres d'enquête publique 18
III.C. Sur le registre d'enquête publique dématérialisé 18
III.D. Courriers ou dossiers adressés au commissaire enquêteur 31
III.E. Courriels adressés au commissaire enquêteur 32
III.F. Observations des organismes de publicité 34
C. Conclusions et Avis motivé 52
I. Déroulement de l'enquête 52
II. Résultats de l'enquête 52
III. Aspects positifs 52
IV. Aspects négatifs 53
V. Avis 54

A. PROCES-VERBAL DU DEROULEMENT DE L'ENQUETE

I. OBJET DE L'ENQUETE

La Communauté Urbaine Perpignan Méditerranée Métropole est située dans les Pyrénées-Orientales dans la région Occitanie. D'après les données démographiques issues du recensement de l'INSEE de 2014, elle compte 264 105 habitants et regroupe 36 communes.

L'enquête publique porte sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de cette Communauté Urbaine.

Le règlement local de publicité (RLP) est un document de planification de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes, lorsqu'elles sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique.

Il permet d'adapter la Réglementation Nationale de la Publicité (RNP) à un contexte local en permettant l'institution de règles plus restrictives que celles issues du RNP, afin de préserver le cadre de vie et les paysages.

Jusqu'à la loi Engagement National pour l'Environnement (ENE), il appartenait, en principe, aux communes d'élaborer leur RLP en vertu d'une procédure propre au code de l'environnement. La loi ENE du 12 juillet 2010 a transféré aux Métropoles et Communautés Urbaines, en tant qu'autorités compétentes en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLUi) la compétence pour élaborer un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).

Les règles instituées par les RLP(i) élaborés avant le 13 juillet 2010, date de publication de la loi ENE, continuent à s'appliquer jusqu'à leur modification ou leur révision et au plus tard jusqu'au 13 juillet 2022, même lorsqu'elles sont moins restrictives que celles du RNP.

Le territoire comporte actuellement 6 règlementations locales de la publicité concernant les communes suivantes : Bompas (2000), Canet-en-Roussillon (2010), Cabestany (2003), Perpignan (2004), Rivesaltes (1999) et Saint-Estève (1990). Ces règles continuent de s'appliquer jusqu'à l'approbation du RLPi et au plus tard le 13 juillet 2022.

L'analyse de ces 6 RLP montre de nombreuses disparités entre les règlementations locales. La plupart d'entre eux compte trop de zones de publicités ce qui a pour conséquence d'une part de complexifier leur application par les services techniques et d'autre part de réduire leur compréhension par le grand public. Un des objectifs du RLPi sera d'opérer des regroupements entre zones ayant des enjeux semblables en matière de paysages. Par exemple, la création d'une zone de publicité regroupant l'ensemble des zones d'activités du territoire intercommunal.

La mise en œuvre du RLPI ne reprendra pas les zones de publicité autorisée (ZPA) et les zones de publicité élargie (ZPE). En effet, ces dernières ont été supprimées par la loi portant engagement nationale pour l'environnement dite aussi loi « Grenelle II ». Les ZPR des RLP en vigueur pourront, dans certains cas, servir de support aux futures zones de publicités et préenseignes du RLPI.

II. LES OBJECTIFS

La délibération du conseil communautaire en date du 25 juin 2018 de Perpignan Méditerranée Métropole a défini les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

1. Prise en compte de l'évolution législative et règlementaire notamment la loi portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ;
2. Harmonisation des règlementations locales de la publicité existantes ;
3. Lutte contre la pollution visuelle, préservation de la qualité paysagère du territoire et les espaces naturels ;
4. Préservation des espaces peu impactées par la publicité extérieure notamment les communes du Nord de la communauté urbaine ainsi que de l'extrême sud du territoire, les secteurs résidentiels du centre de la communauté urbaine, les espaces hors agglomération ainsi que les espaces patrimoniaux (sites patrimoniaux remarquables de Perpignan et Baixas, monuments historiques, sites classés, sites inscrits, etc.) ;
5. Amélioration de la qualité des axes structurants du territoire en particulier les entrées vers le cœur d'agglomération comme la D916 et son prolongement avenue de Prades et avenue de Grande-Bretagne, l'avenue Julien Planchot, la D900, la D914, l'avenue Emile Roudayre, l'avenue d'Espagne, la D88 ou encore la D1 ;
6. Amélioration de la qualité des zones d'activités essentiellement commerciales du territoire en particulier celles situées à Perpignan (comme par exemple le Grand Saint-Charles ou encore l'espace Polygone) et dans les communes limitrophes (La Mirande à Saint-Estève ou Mas Guerido à Cabestany) ;
7. Dérogation éventuelle dans certains secteurs d'interdiction relative pour l'implantation de mobilier urbain publicitaire.

III. LES ORIENTATIONS ET LES CHOIX

Les orientations suivantes ont été retenues afin d'atteindre les objectifs fixés :

En matière de publicités et préenseignes :

1) Réduire la densité et le format publicitaires
2) Limiter l'implantation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol
3) Limiter l'implantation de publicité numérique et de bâches publicitaires
4) Harmoniser les règlementations locales de la publicité existantes notamment en réduisant le nombre de zones de publicité
5) Déroger pour l'implantation du mobilier urbain publicitaire dans certains secteurs d'interdiction relative

En matière d'enseignes :

1) Interdire certaines implantations d'enseignes

2) Limiter la hauteur et harmoniser la surface des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol
3) Limiter l'implantation d'enseignes numériques

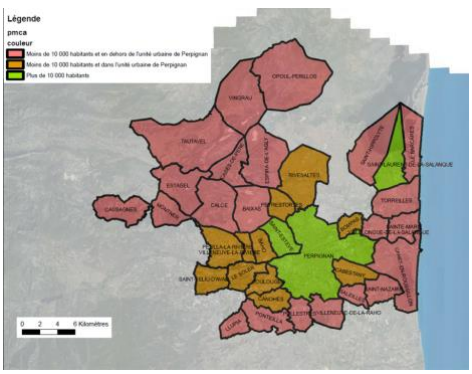
En fonction de la continuité du bâti et du nombre d'habitants, l'INSEE définit l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

Pour simplifier les règles en matière de publicités et préenseignes, sur la base des objectifs définis par le conseil communautaire, des enjeux se rapportant à chaque lieu et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, **trois zones ont été déterminées sur le territoire intercommunal**, ayant chacune leurs règles propres.

Un tableau est donné en annexe listant les communes et les zones de publicité en fonction des données INSEE de 2014.

Les trois zones de publicités se découpent de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (**ZP1**) concerne les **communes de Perpignan Méditerranée Métropole de moins de 10000 habitants et en dehors de l'unité urbaine de Perpignan**. Elle concerne les agglomérations des communes de Baixas, Calce, Canet-en-Roussillon, Cases-de-Pène, Cassagnes, Espira-de-l'Agly, Estagel, Le Barcarès, Llupia, Montner, Opoul-Périllos, Pollestres, Ponteilla-Nyls, Saint-Hippolyte, Saint-Nazaire, Sainte-Marie-la-Mer, Saleilles, Tautavel, Torreilles, Villelongue-de-la-Salanque, Villeneuve-de-la-Raho et Vingrau.
- La zone de publicité n°2 (**ZP2**) couvre les **secteurs principalement d'habitat** des agglomérations des **autres communes de Perpignan Méditerranée Métropole**, celles de plus de 10000 habitants ou celles de moins de 10000 habitants faisant partie de l'unité urbaine de Perpignan, à savoir Baho, Bompas, Cabestany, Canohès, Le Soler, Perpignan, Peyrestortes, Pézilla-la-Rivière, Rivesaltes, Saint-Estève, Saint-Féliu-d'Avall, Saint-Laurent-de-la-Salanque, Toulouges, Villeneuve-la-Rivière.
- La zone de publicité n°3 (**ZP3**) couvre les **secteurs principalement d'activités** des agglomérations des communes listées précédemment en ZP2.



Il est également institué deux périmètres concernant les établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation du Mas Balande et de Grand Chêne à Perpignan.

La commune de **Canet-en-Roussillon** a une population de 12224 habitants et n'est pas considérée comme faisant partie de l'unité urbaine de Perpignan. Son territoire

aggloméré est séparé en 2 parties par des zones non agglomérées de plus de 50 mètres. Son nombre d'habitants se calcule par zone et non pour l'ensemble de la commune. Il est relevé plus de 2000 habitants dans les deux agglomérations au sud-ouest de la D617. C'est pourquoi il est considéré que chaque zone compte moins de 10000 habitants. Elle est classée en ZP1 pour le RLPi.

Les **autres secteurs** sont des zones non agglomérées dans lesquelles les publicités et préenseignes demeurent interdites.

IV. REGLEMENTATION

- Code de l'urbanisme et notamment ses articles L.153-19 et R.153-8 relatifs à l'enquête publique ;
- Code de l'environnement et notamment ses articles L581-14 et suivants, et L.123-1 à L.123-19 et R.123-1 à R.123-46 relatifs à l'enquête publique ;
- Loi n°83-630 du 12 juillet 1983 relative à la démocratisation des enquêtes publiques et à la protection de l'environnement ;
- Décret n°2011-2018 du 29 décembre 2011 portant réforme de l'enquête publique relative aux opérations susceptibles d'affecter l'environnement ;

V. PROCEDURE D'ENQUETE

V.1. Mise en place de la procédure

a. V.1.1. Décision

⇒ Le 25 juin 2018, le conseil de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine a approuvé la prescription de l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) ainsi que les modalités de concertation et de collaboration pour ladite élaboration ;

⇒ Entre Juin et Août 2019, les assemblées délibérantes des 36 Communes membres ont débattu sur les orientations du RLPi;

⇒ Le 30 septembre 2019, le Conseil de communauté de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine a débattu en son sein;

⇒ Le 6 février 2020, le conseil de communauté de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine a adopté le bilan de la concertation et arrêté le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) ;

⇒ Le 26 mai 2021, les maires des différentes communes, les Personnes Publiques Associées et la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites et des communes ont été notifiées pour avis sur le projet de RLPi arrêté par le conseil de communauté de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine ;

⇒ Le 4 juin 2021 , Monsieur le Président de Perpignan Méditerranée Métropole a demandé la désignation d'un commissaire enquêteur en vue de procéder à une enquête publique au projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) sur la communauté de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine.

⇒ Le 22 juin 2021, Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Montpellier, par décision n°E21000059/34, a désigné Madame Martine JUSTO, Ingénieur

informatique retraitée, demeurant à Laroque des Albères, en qualité de commissaire enquêteur ;

⇒ Le 20 septembre 2021, Monsieur Robert VILA, Président de Perpignan Méditerranée Métropole prescrit par arrêté A/2021/54 l'enquête publique et ses modalités sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal.

b. V.1.2. Bilan de la concertation

Le Conseil Communautaire, dans sa délibération de prescription du 25 juin 2018, a fixé les objectifs poursuivis par le RLPi et a défini les modalités de concertation suivantes.

1. Tenue d'au moins une Conférence Intercommunale des Maires avant la délibération d'approbation du projet, conformément à l'article L153-21 du code de l'urbanisme ;
2. Au sein du chaque Conseil municipal, organisation d'un débat sur les orientations générales du projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) avant le débat organisé au sein du conseil de Communauté ;
3. Désignation d'un élu référent dans chaque commune pour assurer le relais des grandes étapes d'avancement du projet (Diagnostic, élaboration, approbation) ;
4. Organisation d'au moins une réunion de travail avec les Maires et ou élus référents pour réfléchir au projet.

Les conférences des Maires

La conférence des Maires réunit les 36 maires de la communauté urbaine ainsi que son président.

La conférence des Maires a débattu du RLPi à 2 reprises, les 21 avril 2017 et 25 mai 2018, à l'initiative de Monsieur le Président, afin de permettre à l'ensemble des maires des communes de la communauté de suivre le projet et de s'exprimer.

Les échanges avec les urbanistes

Deux rendez-vous et plusieurs conversations téléphoniques avec la Direction Prospective, Planification, Aménagement de Perpignan Méditerranée Métropole.

Deux rendez-vous avec le directeur de l'aménagement et de l'urbanisme de Perpignan.

Les échanges avec les communes

Des rencontres collectives avec les communes ont eu lieu avec les Directeurs Généraux des Services :

- Le 5 Octobre 2016 : Réunion d'information préalable à la délibération de prescription.
- Le 18 septembre 2018 : stratégie du règlement et choix envisagés (communes de moins de 10 000 habitants le matin et plus de 10 000 habitants l'après-midi)
- Le 13 mai 2019 : présentation du pré projet.

Des rencontres individuelles ont été organisées avec les différentes mairies sur site. Le service a rencontré 17 communes. À leur demande, 7 d'entre elles ont été

rencontré plusieurs fois (Baho, Saint Estève, Canohes, Pollestres, Saleilles, Sainte Marie de la mer et Villeneuve de la Raho).

- Cabestany le 8 janvier 2018,
- Baho leS 15 janvier et 29 janvier 2018
- Canohès les 16 janvier et 24 janvier 2018
- Villeneuve de la Raho les 16 janvier et 23 janvier 2018
- Pollestres les 17 janvier et 24 janvier 2018
- Saleilles les 18 janvier et 25 janvier 2018
- Saint Estève les 22 janvier 2018, 29 avril et 6 juin 2019
- Saint Nazaire le 29 janvier 2018
- Baixas, le 30 janvier 2018
- Le Barcarès, le 30 janvier 2018
- Sainte Marie la Mer, les 31 janvier et 6 mars 2018
- Toulouges, le 31 janvier 2018
- Le Soler, le 31 janvier 2018
- Canet en Roussillon, le 1er février 2018
- Espira de l'Agly, le 1er février 2018
- Opoul, le 28 juin 2018
- Saint Laurent de la Salanque, le 6 mai 2019

Certaines communes n'ont pas fait part de leur souhait d'une rencontre, des échanges téléphoniques ont eu lieu avec elles.

Chaque commune a organisé un débat (sans vote obligatoire) au sein de son conseil municipal sur les orientations générales du RLPi.

Le conseil municipal de Cabestany a émis un avis défavorable le 8/1/2019. Cet avis négatif portait sur la répartition des compétences entre la ville et l'agglomération sans transfert de charge pour les services.

Le conseil municipal de Pollestres a émis un avis défavorable le 5/6/2019. La critique portait sur le choix du zonage et du périmètre de protection aux abords des monuments historiques.

A ce stade de la procédure, ces avis ont permis de s'assurer de l'information des Conseils Municipaux sur la volonté d'élaborer un règlement. Les rencontres suivantes ont permis de répondre aux communes ou de tenir compte de leurs remarques.

Réunion avec les personnes publiques associées

Deux réunions de concertation avec les Personnes Publiques associées se sont tenues, la première le 5 mars 2019 matin et la seconde le 23 mai 2019 après-midi.

La première réunion était consacrée à la présentation du pré-projet de règlement (les 3 zones, règles communes à toutes à toutes les publicités extérieures, points sur les dispositions pour la publicité et préenseignes, points sur les dispositions concernant les enseignes). Elle s'est déroulée en présence de représentants de la DDTM des PO, du Conseil Départemental des PO, de la CCI et du Syndicat Mixte SCOT Plaine du Roussillon. Différentes interventions ont permis d'éclaircir certains points, nombre de panneaux, règle de densité sur les grands axes, entrées de ville. Le souhait de l'institution d'une TLPE pour les 36 communes ne pourra s'effectuer,

cette compétence étant celle exclusive des Maires. Concernant l'inquiétude pour l'exécution des règles après l'adoption du RLPi, la Ville de Perpignan aidera les communes ayant des difficultés.

La seconde réunion s'est déroulée en présence de représentants de l'ABF, de la DREAL (rappel des règles générales, présentation du projet). S'en est suivi un débat avec des points complémentaires, précision sur le mobilier urbain, sur les concertations avec les communes, commission des sites. Il est précisé que si le RLPi n'est pas voté, la réglementation nationale sera en vigueur et qu'elle est beaucoup moins restrictive.

Réunion avec les sociétés de publicité

Une réunion de concertation avec les sociétés de publicité s'est tenue le 5 mars 2019 matin. Étaient représentées les sociétés BLANCOM, CANAL AFFICHAGE, CLEAR CHANNEL, DECAUX, EXTERION MEDIA, PUBLISSUD et SAS JOURETNUIT. Concernant les dispositions pour la publicité et les préenseignes, les afficheurs remarquent que le linéaire de façade de 50m semble trop important. Ils demandent aussi une règle de calcul de mesurage du linéaire pour les ronds-points. Ces remarques seront prises en compte.

Réunion avec les enseignistes et associations de préservation ou de défense de cadre de vie et de l'environnement

Une réunion de concertation avec les enseignistes et associations de préservation ou de défense de cadre de vie et de l'environnement s'est tenue le 10 avril 2019 en fin d'après-midi. Étaient représentées les sociétés ALINEA COTE ENSEIGNE, ARC ENSEIGNES et L'Association pour la Protection des Paysages et de l'Esthétique pour la France. Des remarques sont effectuées sur la pose d'enseignes non conformes, il est répondu que le Procureur peut être saisi. Au souhait de la création d'un label par PMM pour les « bons professionnels », il est répondu que les critères étaient difficiles à établir.

Réunion publique

Une réunion publique s'est tenue le 10 avril 2019 en soirée. Elle a permis d'informer sur les différents aspects du pré-projet de RLPi et de de recueillir les remarques des participants pour éventuelles prises en compte ultérieures. Les sociétés GIROMEDIA et PUBLISSUD étaient représentées. Deux adjoints de commune de PMM étaient présents.

Réunion avec les commerçants

Une réunion de concertation avec les associations de commerçants s'est tenue le 24 avril 2019 en soirée. Étaient représentées l'association Espace Polygone TORREMILA, Pôle Expansion Perpignan Sud, l'association des Commerçants et Artisans de CANET-VILLAGE, l'association SAINT JACQUES, l'Union des Métiers et Industrie de l'Hôtellerie 66, C Petites et Moyennes Entreprises 66, la Chambre de Commerce et Industrie, l'association de Commerçants et Artisans Motivés et Dynamiques. Il est répondu aux questions posées sur la procédure et les règles.

Information du public - Site Internet

Les habitants ont été invités à donner leur avis sous plusieurs formes dans le cadre de la concertation préalable du 1er mars 2019 au 15 mai 2019, avant l'arrêt du projet du RLPi : dossiers de concertation, informations postées sur le site internet de Perpignan Méditerranée Métropole, articles réalisés dans le bulletin d'information de PMM, création d'une adresse mail dédiée à la concertation du RLPi, affiche.

Le public a pu faire connaître ses observations : dépôt de contribution en ligne sur le site internet, registres déposés au siège de la métropole ou dans les 36 mairies.

c. V.1.3. Publicité

⇒ Annonce 15 jours avant l'ouverture de l'enquête dans les journaux :

L'Indépendant du samedi 18 septembre 2021

Le Midi Libre parution numérique du samedi 18 septembre 2021 jusqu'au 25 septembre 2021

⇒ Rappel de l'annonce dans les 8 premiers jours dans les journaux :

L'Indépendant du mardi 5 octobre 2021

Le Midi Libre parution numérique du mardi 5 octobre 2021 jusqu'au 12 octobre 2021

⇒ Affiches format A2 :

Perpignan Méditerranée Métropole, mairies des 36 communes

⇒ Bornes numériques de toutes communes en disposant.

V.2. Le dossier

Le dossier comprend les pièces suivantes :

- Tome 1 : Rapport de présentation
- Tome 2 : Règlement
- Plan de zonage du RLPi
- Tome 3 : Annexes
- Bilan de la concertation
- Arrêté de prescription
- Arrêté d'ouverture de l'enquête publique
- Avis presse
- Notification aux 36 maires
- Courriers de notification aux PPA
- Liste des PPA consultées et avis
- Saisine CDNPS
- Extrait du code de l'environnement

Le rapport de présentation

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Le projet de règlement

La partie réglementaire comprend les dispositions adaptant la règlementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.

Les annexes

Le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

V.3. Rencontres avec le Maître d'Ouvrage et les référents

Le 29 juin 2021, j'ai pris contact avec Monsieur Matthieu LEROUX, référent de la Communauté Urbaine Perpignan Méditerranée Métropole.

Le 9 juillet 2021, j'ai rencontré Mesdames Jeanne GOT et Maryse FONDA à Perpignan. Elles m'ont remis le dossier d'enquête publique et présenté le projet.

Le 10 août 2021, j'ai rencontré Madame Jeanne GOT et Monsieur Matthieu LEROUX. Ils ont répondu à mes questions sur le dossier et nous avons établi une première ébauche du calendrier de l'enquête. Différent échanges téléphoniques ou par courriels ont permis de finaliser le planning.

V.4. Le déroulement de l'enquête

L'enquête s'est déroulée du lundi 4 octobre 2021 au vendredi 5 novembre 2021 inclus, soit pendant 33 jours consécutifs.

Le jeudi 30 septembre 2021, j'ai :

- paraphé et coté toutes les pages des registres d'enquête publique
- vérifié que les registres étaient établis sur des feuillets non mobiles
- authentifié les dossiers d'enquête

Le lundi 4 octobre 2021 à 9h, je me suis assurée que :

- l'adresse électronique et le site Internet permettant l'accès au registre dématérialisé étaient opérationnels
- le dossier d'enquête était disponible en téléchargement sur le site Internet
- le dossier d'enquête pouvait être consulté sur un poste informatique
- les locaux affectés à l'enquête étaient bien accessibles au public

Pendant toute la durée de l'enquête, le public pouvait consigner ses observations, propositions et contre-propositions :

- Soit sur les registres d'enquête, à feuillet non mobiles, cotés et paraphés par le commissaire-enquêteur, ouverts dans les différents lieux d'enquête suivants :
    - Au siège de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine
    - À la Direction du Domaine Public et des Élections de la mairie de Perpignan
    - À la mairie de Canet-en Roussillon
    - À la mairie de Rivesaltes
    - À la mairie de Cabestany
    - À la mairie de Saint-Estève
    - À la mairie de Bompas
- Soit par courrier postal adressé au commissaire enquêteur au siège de Perpignan Méditerranée Métropole
- Soit par courrier électronique à l'adresse ep-rlpi@perpignan-mediterranee.org
- Soit sur le registre dématérialisé à l'adresse www.enquete-publique.perpignanmediterraneemetropole.fr

Le dossier et les observations formulées par voie électronique, ont pu être consultées pendant la durée de l'enquête sur le registre dématérialisé.

Un lien sur le site internet de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine http://www.perpignanmediterraneemetropole.fr/ rubrique Urbanisme, RLPI permettait d'accéder à ce registre.

Le dossier pouvait également être consulté, sur rendez-vous en téléphonant au 04 68 08 60 96, sur un poste informatique situé au siège de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine – 11, Boulevard Saint Assiscle – BP 20641 – 66006 PERPIGNAN, du lundi au vendredi de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30, sauf le vendredi après-midi de 13h30 à 16h30.

Le public a pu également exprimer oralement ses observations auprès du commissaire enquêteur au cours des permanences mentionnées ci-après.

Permanences du commissaire enquêteur

J'ai reçu le public :

- Au siège de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine, 11, Boulevard Saint Assiscle 66006 PERPIGNAN :
    - le lundi 4 octobre 2021 de 9h à 12h
    - le vendredi 5 novembre 2021 de 13h30 à 16h30
- À la Direction du Domaine Public et des Élections de la mairie de Perpignan, située 12 rue Pierre Cartelet, Perpignan (66000) , le vendredi 15 octobre 2021 de 9h à 12h
- À la mairie de Canet-en Roussillon, située au Centre Technique Municipal Armand Carmona, 16 boulevard de Las Bigues à Canet (66140), le 13 octobre 2021 de 13h30 à 16h30
- Au service urbanisme de la mairie de Rivesaltes, située Place de l'Europe à Rivesaltes (66600) le mercredi 20 octobre 2021 de 14h à 17h
- À la Direction des services techniques et de l'urbanisme de la mairie de Cabestany, située rue des Lilas à Cabestany (66330), le 22 octobre 2021 de 9h à 12h
- À la mairie de Saint-Estève, située 5 rue de la république à Saint-Estève (66240) le mercredi 27 octobre 2021 de 14h à 17h

- À la mairie de Bompas, située 12 avenue de la Salanque à Bompas (66430) le vendredi 29 octobre 2021 de 9h à 12h

Clôture de l'enquête

J'ai clos le registre d'enquête le vendredi 5 novembre 2021 à 16h30 au siège de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine.

Les registres déposés dans les communes de Perpignan, Canet-en-Roussillon, Rivesaltes, Cabestany, Saint-Estève et Bompas n'ont plus été accessibles au public le vendredi 5 novembre 2021 à la fermeture des mairies. Ils ont tous été rapportés au siège de PMM le lundi 8 novembre 2021 dans la matinée. Ce même jour, nous avons échangé Monsieur LEROUX et moi par téléphone sur le contenu des registres et pièces annexées. La date de prise en charge du dernier registre est le lundi 8 novembre 2021, elle marque le début effectif du travail d'élaboration du rapport.

Après clôture du registre d'enquête, le commissaire enquêteur rencontre, dans un délai de huit jours, le responsable du projet, plan ou programme et lui communique les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse. Le délai de huit jours court à compter de la réception par le commissaire enquêteur des registres d'enquête et des documents annexés, soit le lundi 8 septembre 2021.

Le mardi 16 novembre 2021, j'ai rencontré Mesdames Jeanne GOT, Sylvie TORRES et Monsieur Matthieu LEROUX. Je leur ai remis le procès-verbal de synthèse des observations. Suite à nos échanges, j'ai apporté quelques précisions au PV de synthèse des observations et ai envoyé par courriel une seconde version.

Le responsable du projet, plan ou programme dispose d'un délai de quinze jours pour produire ses observations.

Le mémoire en réponse du Maître d'Ouvrage m'a été envoyé par Matthieu LEROUX par courriel le 30 novembre 2021. Ce document m'a également été transmis par voie postale.

B. ANALYSE DES OBSERVATIONS

I. OBSERVATIONS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIES (PPA)

Toutes les Personnes Publiques Associées ont été notifiées du projet d'élaboration du RLPi par lettre recommandée en date du 21 mai 2021. Les avis sont récapitulés ci-dessous :

PPA	Avis
Préfet	Néant
Département	26/07/2021 : Avis favorable. Demande l'ajout d'une carte des espaces naturels sensibles à l'échelle de l'agglomération.
Conseil Régional Occitanie	Néant
Syndicat Mixte SCOT Plaine Roussillon	Néant
Chambre d'Agriculture des Pyrénées Orientales	Néant
Chambre de Métiers et de l'Artisanat	Néant
Chambre de Commerce et d'Industrie	Néant
Section régionale de la Conchyliculture	Néant
Parc Naturel Marin du Golfe du Lion	Néant
SNCF Réseau	Néant
Syndicat mixte de préfiguration du Parc Naturel Régional Corbières-Fenouillèdes	Néant
Alternatiba 66	**12/07/2021 : courrier de Monsieur Claude BASCOMPTE et contributions détaillées** Il est écrit : Nous avons demandé à être associés au processus de concertation. En effet, même si de nombreuses institutions et quelques associations ont été consultées dans le cadre de la préparation de ce plan, toutes les associations citoyennes locales impliquées sur ces questions n'ont pas été consultées. En particulier, l'association écologiste Altenatiba66, déclarée en Préfecture n'a pas été associée au

	processus de concertation préalable. **Réponse du service urbanisme de Perpignan:** Contrairement à d'autres associations, l'association Alternatiba66 n'était pas connue de nos services lors des différentes étapes de la concertation et pour garantir le respect de l'équité entre les associations et la validité juridique de la procédure de concertation, il n'a pas été possible de les recevoir de façon individuelle. Cependant des échanges réguliers ont eu lieu avec l'association et, comme M Bascompte le stipule dans son courrier, nous lui avons transmis le projet arrêté par le conseil communautaire avant l'enquête publique. Lors de nos échanges téléphoniques nous leur avons rappelé que dans le cadre de l'enquête publique, ils peuvent rencontrer Mme la commissaire enquêtrice et faire part de leurs remarques au travers d'une contribution. **Conclusion du courrier du 12/07/2021 :** Pour que ce règlement local de publicité marque une rupture avec les dispositions antérieures, affiche une volonté indiscutable d' amélioration du cadre de vie, garantisse une contribution concrète à la transition énergétique pour faire face à l'urgence climatique et remette enfin l'économie au service des consommateurs et de l'environnement, les orientations seront traduites par des objectifs chiffrés dans la partie réglementaire, concernant en particulier: - la réduction de la densité et des formats - le retrait total des écrans numériques du domaine public - la suppression des régimes dérogatoires.
Paysages de France	**17/08/2021 : courrier de Monsieur Laurent FETET** Analyse très critique du projet de règlement, faisant remarque de nombreuses incohérences, demande d'une réunion de travail. Dans son courrier, M. FETET regrette que sa demande du 18 janvier 2020 d'une séance de travail soit restée sans réponse. Il demande à Monsieur Robert VILA de les recevoir pour une séance de travail. **Réponse du service urbanisme de Perpignan:** L'association a été invitée lors de la procédure réglementaire de la concertation et présente lors de

	la réunion de concertation du 10 avril 2019. En 2020, la crise sanitaire et le renouvellement des instances de la ville et de PMM ont arrêté la procédure d'élaboration après le vote de la version arrêtée du projet. Afin de garantir le respect de l'équité entre les associations et la validité juridique de la procédure de concertation, il n'était pas possible de recevoir de façon individuelle ni les associations, ni les professionnels. L'association faisant partie du collège de représentant de la CNDPS, elle a eu une voix délibérative lors de la Commission du 9 septembre 2021.
Frêne 66	Néant
Protection des paysages et de l'esthétique de France	Néant
Ligue Urbaine et Rurale pour l'aménagement du cadre de vie	Néant

II. OBSERVATIONS DE LA COMMISSION DEPARTEMENTALE NATURE PAYSAGES ET SITES (CDNPS)

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites s'est réunie le 9 septembre 2021 en préfecture. Le compte-rendu de cette réunion m'a été envoyé par mail le 19 octobre 2021 et est donné en annexe.

Sur les 13 membres de la commission, ont participé à cette réunion avec voix délibérative dans sa formation spécialisée « de la publicité » 9 personnes dont 1 pouvoir.

Le résultat de la délibération est : 4 avis défavorables, 2 abstentions, 3 avis favorables avec prescriptions. **Avis défavorable de la commission**.

Le compte-rendu officiel de la CDNPS ne donne pas plus de précisions sur cet avis.

Les notes prises par PMM lors de cette réunion m'ont été transmises et figurent ci-dessous :

Observations	Réponses de PMM
Trop de dérogations en faveur de l'implantation du mobilier urbain dans les sites protégés. Mme Bellon, Architecte adjoint des bâtiments de France, relève la multiplicité du mobilier urbain en centre-ville, notamment en proximité immédiate du Castillet .	• La dérogation ne permet que des dispositifs de 2 m2 ; • Protection maximale des immeubles classés portée à 500m. Les instructions sur ces dérogations ont été confirmées par les 2 dernières municipalités afin de maintenir le niveau financier de notre contrat de mobilier urbain.

Dérogation d'extinction du mobilier urbain: les Bâtiments de France et les associations souhaitent une plage d'extinction plus grande.	Monsieur Billes propose d'aligner le mobilier urbain sur la règle de 00h à 6h.
Implantation des dispositifs numériques : Les associations de protection de l'environnement souhaitent une législation plus forte sur les numériques. Les bâtiments de France souhaitent que le mobilier urbain numérique ne soit pas présent en centre-ville.	• Implantation uniquement en zone 3 (Zone d'activités) ; • Implantation en PMSV juste sur les mobiliers de 2 m2.
Étude d'impact publicitaire sur le paysage: Les services de l'état souhaitent qu'une étude sur les cônes de vue à protéger soit menée notamment en entrées de ville.	• M Billes n'est pas défavorable à une étude supplémentaire à confier au bureau d'étude, comme cela a été fait sur les berges de la Têt. Il reste difficile de cerner les frontières d'une telle étude. • De plus, plusieurs règles contenues dans le RLPi vont dans le sens de moins de pollution visuelle par la publicité (intervention la taille, superficie et esthétique des dispositifs publicitaires et des enseignes, limitation de la densité ...).
Critique de la simplification du RLPi qui est estimée excessive.	Le bureau d'étude a préféré un règlement simple mais compréhensible et facilement applicable. De plus, des RLPi plus complexes sont autant critiqués par les associations d'environnement.

III. OBSERVATIONS RECUEILLIES AU COURS DE L'ENQUETE

Au cours de l'enquête publique qui s'est déroulé du lundi 4 octobre 2021 au vendredi 5 novembre 2021 :

- 16 personnes ont été reçues par le commissaire enquêteur au cours de ses permanences,
- aucune observation n'a été écrite sur les registres d'enquête publique mis à la disposition du public,
- 44 observations ont été écrites sur le registre dématérialisé mis à la disposition du public,
- 5 courriers ou dossiers ont été adressés au commissaire enquêteur.

L'enquête publique bien s'est déroulée conformément à la réglementation en vigueur et dans un bon climat.

L'information du public a été satisfaisante, conforme aux nouvelles dispositions au décret n° 2017-626 du 25 avril 2017 relatif aux procédures destinées à assurer l'information et la participation du public. Le public a pu s'informer et s'exprimer oralement au cours des permanences, par écrit et par moyen dématérialisé.

La plupart des observations du public demandent des modifications du règlement. Il est noté 18 observations clairement défavorables ou opposées.

Selon leur mode d'expression, les observations sont préfixées de façon différente :

- **PERM** (Permanence)
- **RD** (Registre Dématérialisé)
- **CM** (Courrier Messagerie)
- **CP** (Courrier Papier)

Pour les organismes de publicité :

- **JCDecaux**
- **UPE** (Union de la Publicité Extérieure)
- **PUBLISSUD**
- **BLANCOM**

Un tableau présenté en annexe 10 synthétise toutes les observations.

Le procès-verbal de synthèse des observations figure dans le document PV_Synthèse_Observations_RLPi_Perpignan.pdf. Le mémoire de réponse rédigé par la Maître d'Ouvrage est dans le document mémoire_réponse_PV_synthèse_RLPi_signé+annexes.pdf.

Des extraits sont donnés ici, les textes entiers sont donnés dans l'annexe 11 au présent rapport.

III.A. Lors des permanences

Sur les 16 personnes reçues lors des permanences, 4 sont venues pour des renseignements. Les visites des autres personnes ont toutes été suivies par des observations soit déposées par dossier soit écrites sur le registre dématérialisé.

III.B. Sur les registres d'enquête publique

Aucune observation n'a été écrite dans les différents registres de Perpignan Méditerranée Métropole, Perpignan , Canet-en Roussillon, Rivesaltes, Cabestany, Saint-Estève, Bompas, Saint-Estève.

Les courriers de JCDecaux, BLANCOM Pyrénées, PUBLISSUD y ont été insérés ou collés.

III.C. Sur le registre d'enquête publique dématérialisé

44 observations ont été écrites sur le registre dématérialisé et regroupées en 15 thèmes.

1. Agression publicité – Qualité de vie

Ces observations portent sur l'omniprésence des publicités, par la quantité de panneaux publicitaires (de tout type : sucette, grands panneaux, lumineux ou non), sur

l'influence sur les goûts, les besoins, l'apologie de la société de consommation, la nuisance aux petits commerçants, la pollution esthétique, le transport de clichés…

RD_01 : je me sens agressée par les publicités qui sont de plus en plus omniprésentes

RD_05 : C'est une publicité agressive qui entraine bon nombre de problèmes notamment écologiques.

RD_29 : je suis opposée à toute publicité dans la ville ou aux abords de la ville

RD_40 : Voici en vrac les torts que les publicités occasionnent : - elles sont de plus en plus agressives, - elles sont de plus en plus agressives, elles nous abrutissent, nous et nos enfants, - elles véhiculent tous les clichés possibles, - elles font l'apologie de la société de consommation, - elles ne rapportent en définitive quasiment rien à la ville, - elles constituent une pollution esthétique. En conclusion, je m'oppose fermement à ce RLPI qui ne témoigne d'aucun respect envers le vivant

Q1a : le RLPi la réduit-il la quantité de panneaux publicitaires (de tout type : sucette, grands panneaux, lumineux ou non)?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Le projet de RLPi, par les règles que les élus ont arrêté à ce stade, permet de limiter la prolifération de panneaux publicitaires notamment avec les articles suivants :

- Article 3 : Le zonage limite la publicité dans les communes et protège les zones d'habitation du mobilier numérique.
- Article 5 : interdiction aux abords de la Têt.
- Article 8, 13,18 : Règle de densité (tranche de 50 m minimum de linéaire)
- Article 13 et 18 : interdistance de 50 m permet d'interdire les doublons.
- Article 18 : règle des ronds-points.

Q1b : le RLPi peut -il réguler le contenu des messages publicitaires?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Le RLPi ne peut pas règlementer les contenus des publicités. Le contenu du message publicitaire n'est pas de la compétence d'un règlement de publicité. Le droit de la publicité extérieure porte sur les conditions d'implantation et les formats. Par conséquent l'autorité de police de la publicité extérieure ne peut exercer un contrôle sur le message publicitaire.

2. Impact environnemental

Ces observations portent sur leur consommation d'électricité, l'impact des lumières la nuit, le coût écologique, la nuisance des panneaux publicitaires LED, l'impact négatif sur le patrimoine de la ville, le gaspillage d'énergie, …

RD_02 : - les publicités et enseignes lumineuses. le contexte énergétique en France est amené à évoluer vers des coût plus importants de l'énergie, et il n'est pas impossible qu'on atteigne des pics de consommation conduisant à une rarification de l'électricité, voire même à des coupures électriques. - impact des lumières durant la nuit, effets indésirables sur la santé humaine, activités d'astronomie, faune et la flore sauvage. ces panneaux publicitaires nécessites des ressources rares pour être fabriqué.

RD_03 : caractère extrêmement nuisible des panneaux publicitaires LED, nuisance pour les riverains, consommation d'énergie considérable, incompatible avec nos engagements climatiques, surconsommation néfaste pour l'environnement, nécessité de repenser l'espace public plus pour tendre vers une élimination de l'affichage publicitaires, promotion de produits et services néfastes pour l'environnement ou pour la société

RD_06 : Extinction des panneaux lumineux et enseignes y compris sur le mobilier urbain entre 23h et 6h.

RD_07 : Comment continuer à inciter à tout va des produits inutiles qui détruisent notre planète par leur fabrication et leur transport ! Non à la publicité, non aux panneaux publicitaires. Ce sont des arbres dont nous avons besoin pas de publicité !

RD_19 : panneaux numériques, forte consommation énergétique + fort impact en CO2 lorsqu'il faudra remplacer ce matériel qui doit avoir une durée de vie de 10 à 15 ans

RD_30 : Le centre historique de Perpignan ne peut pas porter de part l'étroitesse des rues, la valeur patrimoniale de l'architecture, la dérogation inclus dans le titre2 article 4. Je suis donc contre cette dérogation.

RD_35 : pollution visuelle qui détruit la qualité des ambiances urbaines et des paysages. La dérogation introduite par l'article 4 sur la publicité dans les sites patrimoniaux remarquables ou aux abords des Monuments historiques n'est pas acceptable.

RD_36 : Nous souhaitons un environnement paisible dont l'aspect naturel ou architectural ne soit pas dénaturé par des sollicitations visuelles récurrentes.

RD_37 : Il faut réduire la consommation d'énergie pour espérer réduire les émissions de gaz à effet de serre et celle utilisée pour la publicité lumineuse est ruineuse à cet égard

RD_39 : la publicité est un fléau galopant qui pollue visuellement l'environnement urbain, sans compter les dépenses énergétiques

RD_41 : la publicité lumineuse devraient être interdite au vu de leur impact: renchérissement de la pollution lumineuse, consommation énergétique inutile, saturation

RD_43 : Je suis donc totalement défavorable à ces dispositions qui sont en contradiction avec les préoccupations de notre société en matière de préservation de la biodiversité, de lutte contre le réchauffement climatique, d'économie d'énergie ou de préservation du patrimoine en général.

RD_44 : Je n'ai pas du tout envie que mon département des Pyrénées orientales se transforment en Las Vegas.

Q2a : Connaît-on la réelle consommation des panneaux, enseignes lumineuses et écrans numérique ? Que peut-on dire de l'émission de gaz à effet de serre ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Il s'agit d'un sujet complexe. Aucune étude indépendante n'aborde de manière large cette question. La seule étude disponible faite par l'ADEME concerne une catégorie

> de publicité lumineuse (éclairage LCD de 2 m2) mais pas les grandes publicités numériques. Certains afficheurs disposent de leurs propres études « maisons » mais elles ne sont pas indépendantes.

Q2b : Concernant l'éclairage nocturne, la dérogation de l'article 4 à l'article L.581-8 du code de l'environnement pour la publicité supportée par le mobilier urbain dans les sites patrimoniaux remarquables ou aux abords de monuments historiques est très critiquée. Cette dérogation restera-t-elle dans le règlement ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Oui, la dérogation est maintenue pour un format de 2 m² maximum.

Q2c : Plusieurs observations demandent la justification du choix de la plage horaire d'extinction de 24 h à 6 h. Cela pourrait-il être encore plus restrictif er passer à 23 h ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> La règle est maintenue avec une extinction de 00h à 6 h. Dérogation pour le mobilier urbain.

3. Pollution visuelle et lumineuse, densité d'affichage, sécurité routière

Ces observations portent sur la pollution visuelle des panneaux publicitaires, la densité d'affichage, la distraction de conduite provoquée et la dangerosité associée.

RD_06 : J'espère que ce plan vise effectivement à réduire la pollution visuelle des panneaux publicitaires, avec au minimum des mesures prises: réduction de la densité d'affichage (1 panneau publicitaire maximum par tranche de 2000 habitants), limite de 100 panneaux par agglomération concernée; format d'affichage maximal de 4 m2, une distance minimale de 100m entre chaque panneau. Suppression de tous les panneaux numériques.

RD_08, RD_12, RD_13, RD_14, RD_24, RD_31, RD_33 : idem

RD_09 ; Non mais c'est quand même fou qu'un règlement sensé "limiter la publicité dans l'espace public" permettent cette même publicité à un mètre (par exemple) d'un monument du patrimoine (puisqu'il ne l'interdit que SUR LE MONUMENT LUI-MEME), le permette aussi hors-agglomération et n'oblige à les espacer que de 50 mètres. JE M'OPPOSE A CE PROJET !!

RD_10 : prolifération des enseignes lumineuses sur l'avenue d'Espagne : c'est une catastrophe. Je ne veux pas que ça se développe, et je souhaite même que ce soit interdit sur le territoire intercommunal.

RD_11 : pollution visuelle en particulier dans les entrées de ville, pollution lumineuse : on a besoin de l'alternance jour/nuit

RD_15 : ces publicités ne devraient pas être lumineuses pour éviter la pollution visuelle

RD_16 : extinction des éclairages public la nuit. Panneau publicitaire papier avec informations sur commune/département/région et pas numérique.

RD_21 : J'aimerais pour prendre mon véhicule sans être constamment distrait par ces énormes panneau lumineux.

RD_23 : Je demande la suppression de tous les écrans numériques publicitaires dangereux sur l'espace public que je marche ou conduis je suis forcément hypnotisée et donc je deviens un danger pour moi et les autres.

RD_25 : publicité lumineuse animée, particulièrement agressive la nuit sur l'ancienne route du Soler entre RP St Charles et RP du pont sur la Têt. Il y a il une loi, limitant cette intensité lumineuse ? Qui est censé la faire appliquer ? Dans les zones commerciales autour de Perpignan, de nombreuses enseignes lumineuses restent allumées toute la nuit (et même pendant le confinement…!). La loi n'est nullement appliquée. Au vu de la concertation restreinte menée durant l'élaboration du projet, de la réglementation "laxiste" par rapports aux objectifs et orientations fixés, des contradictions au PCAET : je me positionne défavorable au projet présenté.

RD_28 : opérée de la cataracte, les publicités vidéo et lumineuses m'agressent

RD_31 : Les écrans géants, avec leur luminosité agressive et la pollution visuelle qui les caractérise, c'est de la publicité qui est diffusée aux heures de fort trafic, est dangereuse et porte atteinte au cadre de vie. Il faut également que le préfet se soucie de veiller au strict respect de la réglementation.

RD_32 : Ce serait de ma compétence, j'interdirai tout type de publicité de la part des grandes enseignes.

RD_34 : J'aurais deux observations sur les panneaux publicitaires : 1/ il y a de nouveaux panneaux qui sont comme des écrans télé La nuit ils peuvent être éblouissants comme celui de la villa du flot avant le grand rond point de la route d'Espagne. C'est dangereux 2/ selon où sont placés les panneaux, il n'est pas facile aux colleurs de de garer pour changer l'affiche. Ils empiètent sur la voie de circulation même si cela n'est pas autorisé et cela rend dangereux leur dépassement.

RD_39 ; la luminosité de ces écrans est trop souvent bien trop forte et est agressive pour la rétine des usagers, déjà bien trop sollicitée par des stimuli lumineux à longueur de journée. Pour les personnes sensibles aux stimulations environnementales (maladies visuelles, autisme etc.), la présence de ces écrans numériques est un calvaire qui dégrade leur qualité de vie. Nous demandons l'interdiction totale de ces écrans. mon avis concernant le RLPi de PMM est DEFAVORABLE

Q3a : Est-il possible de réduire la densité d'affichage, de limiter à 1 panneau publicitaire maximum par tranche de 2000 habitants, d'avoir un format d'affichage maximal de 4 m2, une distance minimale de 100m entre chaque panneau ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le projet de RLPi réduit déjà la densité publicitaire en comparaison de la règle nationale (art. R581-25 code de l'environnement). Le nombre de publicité autorisé dépend de l'unité foncière (et non du nombre d'habitants) qui constitue l'unique référentiel pour ces règles.
>
> Un passage à 4 m² a été proposé lors des réflexions initiales sur le RLPi. Toutefois, ce format n'a pas été retenu par les élus. C'est le format réglementaire en ZP1.
>
> Une autre interdistance entre panneau sur une même unité foncière peut être étudiée.

Q3b : Est-il possible de supprimer les panneaux numériques ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Juridiquement, il n'est pas possible d'interdire toute publicité numérique. C'est pourquoi, le projet de RLPi s'est attaché à limiter son implantation à certains secteurs avec des restrictions de format notamment sur le mobilier urbain.

Q3c : Existe t'il une loi limitant l'intensité lumineuse ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Un décret ministériel est en cours de rédaction sur ce sujet. Il sera applicable dès sa publication

Q3d : Qui vérifie que dans les zones commerciales autour de Perpignan, l'extinction nocturne est respectée ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

- Article R 581-59 du code de l'environnement « Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. »
- La police de la publicité dépend du Maire lorsque la commune dispose d'un RLP ou du Préfet pour les autres communes. Les services veillent au respect de l'extinction nocturne même s'il peut exister des activités qui contreviennent à cette règle.

4. Concertation du RLPi – Communication

Des personnes anonymes ou identifiées, des membres d'associations se plaignent de n'avoir pas été associées à la consultation. Il est aussi reproché le manque de communication sur le projet avec les habitants.

RD_04 : Une seule association de préservation ou de défense du cadre de vie et de l'environnement, a été invité à une seule réunion : Mr Mathon (Association pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France). Concernant la concertation du RLPI, elle n'a pas permis d'associer habitants et associations, comme prévu par la loi et dans ses modalités. Au contraire, de nombreuses associations et sociétés d'intérêts privés (publicitaires et commerces) aux côtés de quelques collectivités, ont été concertés sur les modalités et les aspects techniques du RLPI, favorisant ainsi leurs intérêts.

RD_17 : il semblerait que les personnes consultées pour l'élaboration de ce RLPI soient principalement des sociétés publicitaires. Ne devrait-on pas plutôt aller dans le sens des citoyens et associations de défense de l'environnement pour répondre à de tels objectifs? Ainsi, je suis opposée à l'adoption de ce règlement en l'état.

RD_18 : Le bilan de concertation montre, clairement, que Perpignan Méditerranée Métropole n'a pas cherché à associer les associations de défense de l'environnement ou du patrimoine, ni même les associations de riverains des 36 communes de la communauté urbaine. À l'exception d'une association (l'association pour la protection

des paysages et de l'esthétique de la France), seules des associations de professionnels et des entreprises du milieu de la publicité ont participé à cette concertation. Ensuite, on notera que Perpignan Méditerranée Métropole n'a fait que le strict minimum en termes de communication. Certes, les annonces légales ont bien eu lieu, mais cette enquête publique n'a pas donné lieu à une large communication. Il n'y a eu ni interview, ni communiqué de presse de la part des élus communautaires. Tout semble donc avoir été fait pour que le grand public ne soit ni informé ni associé.

RD_25 : Je m'étonne que l'enquête publique sur le RLPi de PMM, se fasse sans communication vers les habitants concernés. En effet, je n'ai vu dans l'Indépendant aucun article sur le sujet, ni aucune annonce dans le mensuel L'AGGLO distribué dans tous les foyer par PMM. Aucune réunion organisée pour informer les habitants des évolutions de la réglementation, répondre aux questions et recueillir les doléances. Cette enquête publique, censée être un outils permettant l'exercice de la démocratie participative dans la communauté urbaine, sur un sujet important de société et d'espace public, est traitée par PMM comme une simple formalité administrative. Il est désolant que pratiquement personne ne soit au courant pour y participer.

RD_32 : J'ai moi-même tenté de mettre en place une réunion dans mon village mais « nous n'avons pas le temps ». Aucune invitation n'a été envoyée au public concernant les différentes réunions de concertation. Cette enquête publique, censée être un outil permettant l'exercice de la démocratie participative dans la communauté urbaine, sur un sujet important de société et d'espace public, est traitée par PMM comme une simple formalité administrative. C'est par hasard, sur Facebook, que j'ai eu connaissance de ce RLPi et de l'enquête publique en cours.

RD_38 : je constate un déséquilibre quant à la représentation entre le monde associatif, défenseur de l'environnement, de la consommation, de la sécurité, de la santé, du patrimoine et le monde socio-professionnel de la publicité qui a un intérêt financier direct avec les panneaux publicitaires ou la publicité dans sa globalité. Nous avons donc depuis le début, une pénurie totale quant à la participation du citoyen et donc un déficit démocratique au regard de nos élus prônant la « participation citoyenne ».

RD_42 : Dans le cadre des réunions de concertation, les associations de préservation ou de défense du cadre de vie et de l'environnement, n'ont, de fait, pas été associées. Lors de l'unique réunion organisée à destination de ces associations, d'une durée d'une heure seulement, j'étais le seul présent, représentant la SPPEF (société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France, dénommée aussi "Sites et monuments") dont je suis le délégué départemental ; je signale que j'étais à l'époque président de l'ASPAHR (association pour la sauvegarde du patrimoine artistique et historique roussillonnais), laquelle n'a pas été invitée, pas plus que d'autres associations de défense de l'environnement que je connais. C'est troublant. A cette réunion étaient conviés les enseignistes qui eux étaient bien représentés. Dans le compte-rendu de cette réunion (p. 44-46 du bilan de concertation), les questions que j'avaient posées, ainsi que les observations que j'avaient émises, ne figurent pas ; c'est un oubli fâcheux, ce compte-rendu est donc incomplet. De plus, je vous informe que je n'ai pas été destinataire de ce compte-rendu.

Q4a : Concernant la concertation en amont

Réponse du Maître d'Ouvrage :

La concertation s'est déroulée conformément à la procédure d'élaboration du PLU (articles L103-2 et suivants du code de l'urbanisme) et tel que défini par la délibération du conseil de communauté du 25/06/2018. Le nombre de réunions et leurs comptes-rendus sont regroupés dans le bilan de la concertation.

- 3 réunions de DGS
- 3 conférences des Maires
- 1 réunion avec les professionnels enseignistes
- 1 réunion avec les sociétés de publicité
- 1 réunion avec les associations de défense de l'environnement.
- 1 réunion avec les associations de commerçants
- 1 réunion Publique
- 2 réunions avec les personnes publiques associées.

Q4b : Concernant la communication

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Conformément aux articles L.581-14-1 du code de l'environnement et L.153-16 du code de l'urbanisme, le projet de règlement local de publicité arrêté par le conseil de communauté par délibération du 6 février 2020 a été transmis pour avis aux Personnes Publiques Associées (PPA) mentionnées aux articles L. 132-7 et L. 132-9 du code de l'urbanisme.

La délibération du 06/02/20 tire le bilan de la concertation, cette dernière et la note présentant le bilan sont annexées au présent mémoire réponse.

5. Partie règlementaire du RLPi

Certaines observations affirment que le projet de règlement ne restreint pas le règlement national, regrettent qu'il n'y ait pas de véritable analyse paysagère, ni d'étude sur l'impact des publicités et enseignes et de leurs nuisances sur le paysage et l'environnement et leurs conséquences sur le cadre de vie des populations. Des modifications de la règlementation sont demandées.

Q5a : Une personne anonyme reprend des demandes déjà formulées par d'autres personnes et mentionnées en 3. De plus, elle demande que 1/3 de l'affichage soit réservé à la vie locale pour les institutions, le petit commerce local, les activités culturelles et associatives.

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Le RLPi ne peut pas définir un quota de publicité réservé à un public donné (il ne peut règlementer le contenu).

Le mobilier urbain permet aux communes de diffuser leur communication.

Q5b : M. POISSE demande à ce que de nombreux cheminements le long des rivières et des canaux soient préservés de l'agression publicitaire. Elle demande que la publicité soit interdite le long de la Têt et que l'article 5 soit modifié, avec la suppression de la référence « en agglomération ».

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Ce n'est pas nécessaire, car la publicité est déjà interdite hors agglomération par le code de l'environnement. (Article L 581-7)

La Têt traverse le territoire de PMM hors agglomération sauf pour Perpignan.

Q5c : M. MATHON demande une refonte complète de ce RLPi avec modifications du règlement de chaque zone. Il propose des modifications sur toutes les zones. Certaines de ses remarques sont-elles pertinentes ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Le RLPi peut faire l'objet de quelques adaptations règlementaires après enquête publique mais ces évolutions doivent être mineures et ne doivent pas remettre en cause l'économie général du projet. Les correction et évolutions mineures du projet de RLPi seront précisées au moment de l'approbation du RLPi en conseil de communauté et seront présentées préalablement en conférence des maires.

6. Lisibilité des plans de zonage

RD_38 : Les documents mis à notre disposition ne sont pas toujours exploitables, faute de lisibilité pour certaines cartes. Il est impossible, parfois, de faire un repérage spatial et donc de comprendre la situation comme par exemple la carte sur le plan de zonage, la carte occupation des sols…

Q6 : Les plans de zonage de chaque ville donnés dans le tome 3 sont plus accessibles mais il n'est pas possible de zoomer sur un secteur particulier. Est-il possible que chaque plan soit en haute définition et de permettre une consultation numérique permettant de zoomer sans perte de qualité ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Le plan de zonage général pourra effectivement être édité à un format plus adapté améliorant ainsi sa lisibilité (A0 par exemple).

La résolution des plans de zonage par commune pourra être augmentée pour une meilleur lisibilité de la version numérique des plans.

Ces ajustements techniques sur les plans de zonage seront réalisés pour le dossier d'approbation du RLPi.

7. Impact économique

RD_22 : Les panneaux signalétiques de 150cm x130cm devraient être autorisés pour toutes TPE et autos-entreprises qui sont excentré ou qui exercent leurs activités dans leur domicile. Car ils ont un vrai impact sur leur entreprise puisque ils facilitent énormément l'indication à leurs prospects de les trouver !

Et un prospect qui vous trouve devient souvent un nouveau client ! J'irai même jusqu'à dire que les panneaux signalétiques pour ces entreprises sont vitaux !

Q7 : Est-il possible d'installer des panneaux sur les domicile des TPE ou autoentrepreneurs travaillant chez eux ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Le RLPi ne s'oppose pas à ce type d'installation sous réserve de ne pas être dans un secteur protégé (monument historique, secteur hors agglomération, etc.).

L'installation est donc possible dans le respect de la règlementation des enseignes.

8. Dysfonctionnements Site Internet

Les observations mentionnent des dysfonctionnements ne permettant pas d'accéder aux documents en ligne, irrégularités ou des difficultés pour accéder au site.

RD_25 : le site conduisant vers cette enquête publique a connu au départ (4 octobre) des dysfonctionnements ne permettant pas d'accéder aux documents en ligne et encore aujourd'hui mercredi 27 octobre on peut lire des coquilles de mauvaise gestion

RD_38 : Perpignan Méditerranée Métropole au travers du positionnement des documents sur le site ne permet pas d'y aller très facilement alors qu'il s'agit aujourd'hui d'une enquête dont l'espace-temps est fort limité et les documents sont tout de même nombreux. Il aurait donc été important que l'accès soit plus direct et bien identifié car la recherche fut pour ma part laborieuse et je n'ai pas été le seul. On aurait voulu nous décourager que l'on ne s'y serait pas pris autrement.

Réponse du Commissaire Enquêteur :

Concernant l'impossibilité d'accéder aux documents, je ne l'ai pas constaté. Pour la difficulté d'accès, un lien direct du site PMM permettait d'accéder au registre dématérialisé et au dossier. Cela était précisé dans l'affiche et l'arrêté de l'enquête publique.

L'erreur sur le nombre de jours restants a été corrigée dès qu'elle a été connue du service informatique de PMM.

De même pour l'inaccessibilité du registre dématérialisé la veille de la clôture de l'enquête publique.

9. Dossier

RD_26 : M. DOMPNIER, au nom des élus de Saint-Estève, s'interroge de l'absence dans le dossier soumis à enquête publique de conclusion des élus des 35 autres Conseils Municipaux de la métropole.

Q9 : Était-il nécessaire de donner dans le dossier les avis des différents conseils municipaux sur le RLPi ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Les communes donnent leur avis dans les 3 mois suivant l'arrêt du RLPi en conseil de communauté. L'absence d'avis vaut avis favorable de la commune sur le projet de RLPi. Il est à noter que les communes ont participé en amont à la construction du RLPi.

Le projet de RLPi arrêté par le conseil de communauté du 6 /02/20 a été notifié aux 36 communes par courrier du 26/05/21.

10. Zonage

RD_26 : M. DOMPNIER, au nom des élus de Saint-Estève, mentionne un manque d'équité entre les habitants des communes et s'interroge sur la pertinence des critères de choix. Le zonage présenté est inadapté et n'a aucune cohérence avec la réalité de la ville. Dans la partie urbaine, un gros pourcentage des surfaces construites depuis 1970 ont une superficie supérieure à 400 m2 avec des linéaires dépassant souvent les 20m, d'où les conséquences que l'on sait pour les ronds-points. Les secteurs d'équipements collectifs à vocation scolaire, sportive ou socio-culturelle ne seront plus protégés de l'invasion de la publicité. Il y a une réelle rupture avec les dispositions de notre ancien règlement ; c'est une grave régression. Nous n'avons pas de secteur sauvegardé en tant que tel mais nous avons des « axes structurants », remarquables à sauvegarder la RD 616 et la boucle formée par l'avenue de la Mirande, du boulevard du Canigou et du balcon du Canigou . Il préconise de classer en secteur « à sauvegarder » la RD616, la boucle ci-dessus citée, ainsi que les secteurs scolaires (sur une distance de 100 mètres).

Q10a : Quels sont les critères de choix des zones

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le code de l'environnement fait référence à la population dans les agglomérations de chaque commune. Cela a constitué le point de départ de la réflexion. Les communes situées en ZP2 n'ont pas manifesté à ce stade de volonté de protections supplémentaires lors des réunions pour construire le projet.

Q10b : Chaque commune peut-elle définir des secteurs sauvegardés comme le long de la Têt ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> oui, pour les communes qui ont fait part dans le cadre de l'enquête publique de cette volonté d'ajouter des secteurs à protéger (Cabestany et Saint Estève). Ces modifications seront réalisées dans le règlement soumis à l'approbation par le conseil de communauté de PMM.

11. Ronds-Points

RD_26 : M. DOMPNIER, au nom des élus de Saint-Estève, émet les remarques :

1/ Pourquoi imposer un linéaire minimum de 50 mètres pour l'installation d'une publicité et ramener cette distance à 20 mètres dans les ronds-points? Au moment même où l'attention des usagers de la route doit se concentrer sur la route on sollicite leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière. D'autant plus qu'à terme la publicité numérique, qui progresse à vitesse grand V, viendra polluer partie de nos ronds-points.

Solution: Il est donc impératif dans l'art 10 de supprimer les trois derniers paragraphes

2 / Le carrefour à sens giratoire et le rond-point sont deux intersections différentes, avec des règles dissemblables. Les manœuvres d'approche, de changement de file y sont des plus réglementées du Code de la route (règles de priorité, signalisation verticales et horizontales différentes, positionnement du véhicule, contrôles visuels

des angles morts…) Ce n'est pas pour rien que savoir prendre un rond-point ou un carrefour est une des étapes clés du programme du permis de conduire.

Solution: Pour des raisons de sécurité, dans les ronds-points et carrefour à sens giratoire, il est donc indispensable d'interdire, toute publicité et préenseigne, à minima, dans la zone des 20 premiers mètres d'une unité foncière.

Q11 : Des règles plus restrictives peuvent-elles être définies dans les ronds-points ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le linéaire minimum dans les carrefours giratoires sera porté à 25 m (à la place de 20 m)

12. Dimension des panneaux

RD_26 : M. DOMPNIER, au nom des élus de Saint-Estève, s'interroge sur la réduction des dimensions :

La volonté du RLPI est de réduire les panneaux publicitaires de 12m2. Si l'objectif est de lutter contre les nuisances visuelles, d'améliorer notre cadre de vie il est ridicule de passer de 12m2 à 10,60m2.

Solution: Il faut maintenir la dimension de 8m2 hors tout.

Q12 : Il semble qu'il y ait confusion entre la surface d'affichage anciennement autorisée (12 m2) à la surface hors-tout de 10,6 m2 (article 12). Quelle précision donner pour éviter cette confusion ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le RLPi ne fait référence qu'à des surfaces hors-tout c'est-à-dire affiches et encadrements. Auparavant, il a existé une confusion entre surface d'affiche et surface hors-tout

13. Publicités et enseignes en vitrine

RD_26 : M. DOMPNIER, au nom des élus de Saint-Estève, souhaite des dispositions encadrant la publicité et les enseignes situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial lorsqu'elles sont destinées à être visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique (notamment sur écrans numériques).

Q13 : La législation actuelle ou future permettra t'elle la définition de règles pour les publicités, écrans numériques en vitrine ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> La loi n°2021-1104 du 22 août 2021 permet de définir dans un RLPi des règles pour les dispositifs évoqués. Cela n'était pas possible au moment de l'arrêt du RLPi.
>
> Deux changements importants : le pouvoir de police (maire ou Pdt EPCI à partir de 2024) et la possibilité de règlementer les écrans à l'intérieur des vitrines.
>
> Suite à la nouvelle loi, un rajout au chapitre des enseignes sera apporté : extinction des enseignes en vitrine de 00h à 6 h du matin.

14. Publicité sur mobilier urbain

RD_26 : M. DOMPNIER, au nom des élus de Saint-Estève, suggère d'accepter au maximum deux publicités par abri voyageur, autoriser les sucettes avec des règles de distance, interdire tout le reste.

Q14 : Qui décide du contenu de la publicité sur le mobilier urbain ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> La publicité peut, à titre accessoire, être apposée sur du mobilier urbain conformément aux articles R581-42 à 47 du code de l'environnement.
>
> Ce sont les collectivités qui décident de l'installation de mobilier urbain (supportant éventuellement de la publicité – cela n'est pas automatique même si bien souvent cela finance le service public rendu par le mobilier) dans les territoires à travers un contrat avec une société d'affichage.
>
> Le contenu est choisi par la personne qui souhaite faire une campagne publicitaire (annonceurs) et affiché ensuite par la société d'affichage. Le RLPi ne peut règlementer les contenus des publicités.
>
> La communication institutionnelle est de la compétence de chaque collectivité qui dispose d'un contrat de mobilier urbain.

15. Bilan financier et social

RD_38 : M. GAILLARD constate que le projet finalement est acquis à quelques détails prêts et aucune étude d'impact financier n'est proposée, ni d'impact social. La dernière étude du Giec, sortie en août 2021, vient nous rappeler à la réalité qui s'annonce et nous rappelle qu'il est temps et même URGENT de modifier nos types de consommation, nos modes de circulation, nos modes de vie. Il est urgent de prendre le virage de la sobriété. Nous constatons jour après jour, que la publicité s'insinue dans nos modes de pensée, modifie nos modes de consommation, pousse un certain nombre de gens à consommer le superflu, donc l'inutile dans la réalité mais psychologiquement important en raison d'un marqueur social, induit par la perversité de la publicité. Cela pousse certains vers le surendettement avec son corollaire de drames humains. Sur le plan financier, personne ne peut nier l'impact social négatif qui conduit au surendettement, au rupture familiale, au divorce, à la désocialisation, à l'exclusion, à l'expulsion des logements pouvant aller malheureusement jusqu'au suicide. Ces drames sociaux ont un coût qui n'est nullement identifié, ni évaluer financièrement. Pour toutes ces raisons réelles et objectives ce RLPi doit être rejeté dans sa forme actuelle afin de préserver la santé financière de notre société et la santé des individus qui la constitue.

Q15 : L'élaboration d'un RLPi nécessite t'elle un bilan financier et social ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> L'élaboration du RLPi n'est pas soumise à des évaluations spécifiques qu'elles soient sociale ou environnementale.

III.D. Courriers ou dossiers adressés au commissaire enquêteur

5 contributions ont été adressées par courrier au siège de PMM. L'une est émise par Madame Édith PUGNET, maire de Cabestany, observation préfixée par CP. Les 4 autres contributions émanent des organismes de publicité JCDecaux, UPE, BLANCOM et PUBLISSUD et sont traitées dans une section spécifique.

Ces contributions concernent 2 thèmes dont certains recoupent ceux du registre dématérialisé.

1. Zonage

CP_01 : Madame PUGNET, Maire de Cabestany, précise : Tout d'abord, le règlement local de publicité, enseignes et pré enseignes de la commune jusqu'à ce jour applicable, indique en zone ZPA2 - 2.31.1 - DEFINITION que« la zone de publicité restreinte n°2 concerne la partie EST de Mas Guérido situé au nord-ouest de la commune de Cabestany. Cette zone accueille « hors agglomération » une autre partie de la zone d'activité commerciale relativement importante et justifie à ce titre un régime de dérogation à l'interdiction de la publicité hors agglomération, tout en préservant la rocade CD22c ».

Afin de continuer à préserver cette rocade, lutter contre la pollution visuelle et la sécurité routière, nous souhaitons que cette mention soit notée sur la zone ZP3 du RLPi en délimitant un périmètre d'interdiction des publicités et enseignes scellées au sol autour de cette rocade.

Q16 : Est-il possible d'établir sur une zone en ZP3 un périmètre d'interdiction des publicités et enseignes scellées au sol ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Ces secteurs pourraient être placés dans une zone comme celle de la Têt (cela limiterait la publicité dans ces zones).
>
> Pour ce qui concerne les enseignes scellées au sol, elles ne sont pas possibles le long de la rocade s'il s'agit du domaine public (l'enseigne est sur le lieu de l'activité, c'est-à-dire son bâtiment ou terrain).
>
> A l'issue de l'enquête publique, le projet de RLPi peut être ajusté en vue de son approbation. (Diagnostic, règlement, annexes). Le dossier d'approbation qui intègre les ajustements après enquête publique sera présenté en conférence des maires.

2. Limites communales

CP_01 : Madame PUGNET, maire de Cabestany, indique que les limites de sa commune ont changé. L'arrêté du Maire pris en compte pour déterminer les limites communales date de 1998 et depuis, celles-ci ont évolué. Par conséquent, un nouvel arrêté vous sera adressé dans les prochains jours. Enfin, le nombre d'habitants a évolué depuis le début des concertations du futur règlement RLPi. Aussi, je tiens à vous préciser qu'au dernier recensement de la population datant du 1er janvier 2021, la commune compte 10235 habitants. :

Q17 : L'évolution des limites communales et du nombre d'habitants de Cabestany a t-il un impact sur la réglementation qui sera appliquée ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

La ville de Cabestany est déjà intégrée dans la ZP2 qui s'applique pour les communes de plus de 10 000 habitants ou faisant parti de l'unité urbaine de Perpignan.

III.E. Courriels adressés au commissaire enquêteur

3 contributions ont été adressées par courrier au siège de PMM. Elles sont préfixées par CM.

Ces contributions concernent 6 thèmes dont certains recoupent ceux du registre dématérialisé.

1. Pollution visuelle et lumineuse, densité d'affichage, sécurité routière

CM_01 : M. BASCOMPTE attire l'attention sur certains éléments. La Communauté urbaine a défini des objectifs et orientations qui devraient concourir à améliorer le cadre de vie, notamment - réduire la densité et les formats des publicités, - limiter les dispositifs scellés au sol (nombre, hauteur et surface), - limiter l'implantation des enseignes numériques. Ces orientations ne trouvent aucune formulation concrète dans la partie réglementaire, d'où l'absence de cadre volontariste pour satisfaire à ces objectifs et orientations.

M. BASCOMPTE souhaite modifier la partie règlementaire et ses observations sur ce sujet rejoignent certaines émises sur le registre dématérialisé et traitées dans les points 2 et 3 de la section correspondante.

2. Site Internet

CM_02 : M. COT évoque sa difficulté de trouver les documents soumis à enquête. Le site de la mairie ne proposait que l'avis d'enquête et sur le site de PMM il fallait bien chercher pour trouver les documents en question.

Les observations de M. COT sur ce sujet rejoignent certaines émises sur le registre dématérialisé et traitées dans le point 8 de la section correspondante.

3. Pertinence de l'intercommunalité

CM_02 : M. COT évoque les disparités de réglementation entre PMM et la communauté de communes « Corbières Salanque Méditerranée ». Il fait en particulier référence au mémorial de Rivesaltes.

Q18a : Ces différences de règlement peuvent-elles être résolues ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Les règles locales en matière de publicité peuvent être différentes entre les EPCI (elles dépendent des choix faits par leurs élus respectifs).

CM_02 : M. COT parle des hôtels dont l'activité est 24h/24h et demande s'ils sont soumis à une obligation d'extinction ?

Q18b : Quelles sont les règles pour les enseignes des activités 24h / 24 ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Qu'il s'agisse de la règlementation nationale (code de l'environnement) ou du RLPi, les enseignes lumineuses d'une activité ouverte 24h/24h peuvent rester allumées en permanence.

4. Dispositifs numériques en zone 2

CM_03 : M. ALLIOT, Maire de Perpignan, parle des règles sur les dispositifs en zone 2. S'il est vital pour les communes de la zone 1 d'être protégées d'un foisonnement abusif de dispositifs publicitaires, il ne me semble pas utile d'être aussi restrictif sur la zone 2 pour certains types de panneaux. En effet, interdire totalement les dispositifs numériques dans ces communes porte atteinte au développement économique du territoire, à l'animation touristique comme à l'animation culturelle. Des règles mieux adaptées, plus proche du contexte local peuvent éviter des abus mais il reste vital pour ce secteur économique de pouvoir disposer de certains sites en zone 2 pour monter des dispositifs numériques qui donnent également une image moderne à Perpignan et aux communes des alentours.

Q19 : Est-il possible de modifier la règle définie en zone 2 ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

La règle définie dans le projet arrêté est maintenue.

5. Annexes absentes

CM_03 : M. ALLIOT, Maire de Perpignan, constate l'absence dans le règlement d'une annexe pour illustrer les articles 13 et 18.

Q20 : Cette annexe sera t'elle intégrée dans le règlement ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

L'annexe sera intégrée.

6. Dispositif mural (1 obs.)

CM_03 : M. ALLIOT, Maire de Perpignan, demande de modifier l'article 13 de la façon suivante: Interdiction d'installation d'un dispositif publicitaire scellé au sol si linéaire de façade de l'unité foncière fait moins de 50 m mais « un dispositif mural est possible ».

Sur une unité foncière comprise entre 50 à 80 m, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire (au maximum : 1 mural et 1 scellé au sol).

Sur une unité foncière comprise au-delà de 80 m, il peut être installé un dispositif publicitaire scellé au sol supplémentaire (au maximum : 1 mural et 2 scellés au sol) . Il souhaite qu'un schéma illustre cette règle.

Q21a : Cette modification de l'article 13 sera t'elle effectuée ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

La modification souhaitée porte sur une erreur matérielle lors de la transcription du document. Les articles sur la densité seront corrigés et le schéma sera joint en annexe du règlement.

Q21b : Le schéma illustrant la règle sera t'il intégré ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

L'annexe sera intégrée.

III.F. Observations des organismes de publicité

Les contributions émanant des organismes de publicité JCDecaux, Union de Publicité Extérieure, PUBLISSUD et BLANCOM sont traitées dans cette section.

a. JCDecaux

Dans son courrier du 12 octobre 2021, Monsieur Patrick TREGOU, Directeur Régional de JCDecaux apporte sa contribution. Il formule des propositions d'aménagements réglementaires visant à améliorer les équilibres du projet de texte. Ces derniers sont repris, pour plus de clarté, dans un document de synthèse dont les préconisations ont pour objectif de faire du futur RLPi un règlement durable, lisible et limitant tout risque d'incertitude juridique liée à son application à venir.

Les observations déposées par Monsieur Patrick TREGOU sont préfixées par JCDecaux.

1. Spécificité du mobilier urbain

JCDecaux_1 : M. TREGOU préconise que soient apportées des précisions concernant le mobilier urbain.

- « Titre 2 : Dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes sur le mobilier urbain » du RLPi la spécificité du mobilier urbain en insérant la mention suivante: « La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi ».
- Insérer dans le lexique annexé au RLPi la définition du « dispositif publicitaire » par opposition à celle sur le « mobilier urbain »
- Préciser que les dispositions du RLPi opposables aux « Dispositifs publicitaires et préenseignes scellés au sol » ne sont pas applicables au mobilier urbain par l'insertion de la mention « hors mobilier urbain » dans l'intitulé des articles 12 et 17 du RLPi.

Q22 : Quelles précisions apporter ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

La définition du « mobilier urbain » figure déjà dans le lexique du RLPi (Annexe). Un titre spécifique a été ajouté dans le règlement pour ne viser que le mobilier urbain.

2. Régime du mobilier urbain dans les zones d'interdiction relatives de publicité

JCDecaux_2 : Contrairement aux dispositifs 100 % publicitaire, la personne publique en qualité de gestionnaire ou propriétaire, autorise ou non l'implantation d'un mobilier urbain publicitaire sur son domaine, et ce même si le RLPi l'autorise au départ.

Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire requiert l'aval des services de la collectivité compétente (+ décision concertée avec l'opérateur) et l'accord des Architectes des Bâtiments de France en périmètres protégés.

Il est donc inutile que la collectivité restreigne au sein du futur RLPi les implantations de mobiliers urbains alors que les collectivités en ont l'entière maîtrise.

M. TREGOU préconise d'autoriser les cinq types de mobilier urbain publicitaire en toutes zones et sous réserve des dispositions prévues par la règlementation nationale, ce dernier demeurant sous l'entière maîtrise de la collectivité via contrat public et de modifier l'article 4 du règlement en ce sens.

Q23 : Quelle réponse donner à la demande de modification préconisée ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> L'article 4 ne sera pas modifié. Les dérogations totales dans les RLPi sont actuellement très attaquées et fragiliseraient le RLPi de PMM.

3. Contraintes de format

JCDecaux_3 : M. TREGOU mentionne que la municipalité a la maîtrise de l'implantation de son mobilier urbain et préconise que soit supprimée toute contrainte de format du mobilier urbain. Il évoque le cas de la commune de Canet en Roussillon. Actuellement une colonne est située devant le théâtre Jean Pia à Canet disposant d'une surface d'affichage de 4 m2 (2 affiches de 2 m2 chacune). La commune y insère des affiches sur les spectacles du théâtre, les animations culturelles et aussi Visa pour l'Image.

Q24 : Quels engagements les communes doivent-elles prendre pour respecter la nouvelle limite de 2 m2 ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le RLPi laisse applicable la règlementation nationale sur le mobilier urbain dans la plupart des cas. Autrement dit, il ne fixe pas de contrainte particulière aux colonnes régies notamment par l'article R581-45 du code de l'environnement.
>
> Si elles contiennent de la publicité non culturelle, alors les interdictions s'appliquent.

4. Mobilier urbain numérique

JCDecaux_4 : M. TREGOU mentionne que la municipalité a la maîtrise de l'implantation de son mobilier urbain et que l'implantation est soumise à une autorisation préalable du maire et des Bâtiments de France aux abords des monuments historiques. Il préconise de traiter le cas du mobilier urbain numérique en ZP1 dans l'article propre aux « mobiliers urbains lumineux » (article 6 du règlement). Ainsi que de modifier l'article 10 pour ajouter la mention « à l'exception du mobilier urbain » dans la dernière phrase.

Q25 : Quelle réponse donner aux demandes de modification préconisées ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Article 6 : Pas de réponse.
>
> Article 10 : Cette précision sera apportée

b. Union de Publicité Extérieure

Dans son courrier du 26 octobre 2021, Monsieur Stéphane DOTTELONDE, Président de l'Union de Publicité Extérieure, exprime une grande inquiétude sur le projet de RLPi de Perpignan Méditerranée Métropole. Selon lui, je cite :

Ce projet ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Cette exigence de conciliation, à laquelle tout RLPi doit répondre, est pourtant imposée par le code de l'environnement.

Les découpages du territoire et la multiplication des règles associées à chacune des zones impactent lourdement le média de la communication extérieure« grand·format ». Le projet de RLPi alourdit excessivement les contraintes économiques auxquelles notre média est soumis et ne permet pas d'assurer sa pérennité à moyen terme.

Monsieur DOTTELONDE présente les demandes d'aménagements règlementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Madame Charlotte VIALARD et Monsieur Régis FOUREL de l'Union de la Publicité Extérieure sont venus à ma permanence du 5 novembre, m'ont remis ce dossier et apporté leurs commentaires.

Les observations déposées par Monsieur DOTTELONDE dans le dossier sont préfixées par UPE.

1. Impact du RLPi

UPE_1 : Tel qu'arrêté, le projet de RLPi a pour conséquence une perte sèche de 41 % du parc de dispositifs sur le domaine privé. Ce niveau de dépose entraîne ainsi une perte de couverture du territoire et une baisse significative d'audience comparée aux autres médias.

Par sa présence dans l'ensemble d'un territoire, le média de la communication extérieure offre de sérieuses garanties d'audience.

Comme vu précédemment, l'ODV ou « occasion de voir » correspond à un contact publicitaire, ou plutôt à une occasion de contact. Le potentiel ou la puissance d'un emplacement ou d'un réseau d'affichage peut être exprimé en « occasions de voir » sur une période donnée. Le nombre théorique d'ODV est établi à partir de l'étude des flux de circulation concernés par l'axe de visibilité.

Une dédensification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure, favorisant un report des investissements publicitaires vers Internet, principalement vers les GAFAM.

Q26 : M. DOTTELONDE mentionne que le projet de RLPi ne présente aucune étude d'impact économique et social. Il va occasionner des pertes de 41% du dispositif sur le domaine privé. Ce pourcentage est-il vérifiable ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le chiffre indiqué ne tient pas compte des petits formats publicitaires. Il est donc surestimé quant à l'impact global sur le parc total de dispositif. Ce chiffre n'est pas détaillé (s'agit-il des seules entreprises membres de l'UPE ou bien de tous les affichages présents ?). Il convient d'être prudent sur les nombreux chiffres avancés. L'objectif du projet est de dé-densifier la publicité sur le territoire notamment à travers des règles de densité plus strictes que celle du code de l'environnement. Cela

> n'implique toutefois pas la dépose de l'ensemble du parc puisque de nombreuses implantations peuvent être conservées.

2. Zone 1 - Article 8 Densité

UPE_2 : M. DOTTELONDE énonce la problématique de la zone 1 et suggère de se référer aux règles de densité prévues par le RNP (règlement national de publicité) avec pour seule contrainte : Un seul dispositif maximum par unité foncière.

Q27 : M. DOTTELONDE argumente que la limite de 50 mètres linéaire est excessive en milieu urbanisé. Il préconise de modifier la règle en zone 1 pour « Un seul dispositif maximum par unité foncière ».

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> L'objectif poursuivi était celui de la cohérence entre les différentes zones de publicité.
>
> La remarque porte sur une erreur matérielle lors de la transcription du document. Les articles sur la densité (linéaire) seront corrigés et le schéma sera joint en annexe. Par contre, en ZP1 il pourra y avoir un dispositif mural par unité foncière de moins de 50 m.

3. Zone 2 - Article 13 Densité

UPE_3 : M. DOTTELONDE énonce la problématique de la zone 2 qui correspond au secteur résidentiel, le plus dense en matière d'urbanisation. Les dispositifs sur support mural sont généralement implantés sur des unités foncières ne possédant pas de linéaire important (bâti seul sur l'unité foncière). Notre étude d'impact démontre que 75% des dispositifs implantés sur mur le sont sur des unités foncières possédant moins de 30 mètres de linéaire. Un dispositif d'affichage de 8 m² sur support mural ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel existant et matériel.

Q28 : M. DOTTELONDE préconise de modifier la règle en zone 2 concernant les dispositifs apposés sur un mur ou une clôture pour « Un seul dispositif maximum par unité foncière ».

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Nous n'avons pas connaissance de la base de données utilisée par l'UPE pour cette quantification car de nombreuses unités foncières disposent de plus de 30 mètres.
>
> La remarque porte sur une erreur matérielle lors de la transcription du document. Les articles sur la densité (linéaire) seront corrigés et le schéma sera joint en annexe.

4. Zone 2 - Article 13 Densité

UPE_4 : M. DOTTELONDE énonce la problématique des règles de prospect (voisinage), les implantations actuelles ont été réalisées en tenant compte des dispositions prévues par la règlementation nationale. Cette dernière ne prévoit une règle dite « H/2 » que vis à vis du domaine privé. Le juge administratif considère que cette règle ne s'applique pas au regard de la voie publique (TA Versailles, 9 juin 1992, N°91610).

De plus, cette disposition requiert Soit un déplacement (dépose, scellement, repose) coûteux et sans réelle plus-value environnementale ; soit, le plus souvent, une dépose

définitive car les déplacements peuvent entraîner de forts désagréments aux propriétaires et une impossibilité de repose.

Q29 : M. DOTTELONDE argumente que la règle H/2 pour les ronds-points va entraîner beaucoup de suppression de panneaux et suggère de supprimer cette disposition.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Cette disposition vise à dé-densifier les ronds-points. La règle de H/2 est conservée.

5. Zone 3 - Article 18 Densité

UPE_5 : M. DOTTELONDE énonce la problématique de la zone de publicité n°3 (ZP3) qui couvre les secteurs principalement d'activités, c'est-à-dire là où la communication trouve toute légitimité, notamment en termes de pré-signalisation de proximité. Le RLPi se doit d'adapter le RNP (règlement national de publicité) à l'environnement en présence. Des règles d'implantations plus souples peuvent être imaginées comparativement à la zone 2, qui s'avère plus urbanisée.

Q30 : M. DOTTELONDE propose des règles plus souples en ZP3. Il souhaite pour les dispositifs muraux : d'un seul dispositif par unité foncière au maximum ; scellés au sol diminuer la distance de 50 mètres à 30 mètres.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> La remarque porte sur une erreur matérielle lors de la transcription du document. Les articles sur la densité (linéaire) seront corrigés et le schéma sera joint en annexe.
>
> Pour les scellés au sol : incohérence d'assouplir la règle alors que les parcelles sont plus importantes dans la ZP3.
>
> Les articles sur la densité sont confirmés.

6. Zone 3 - Article 19 Bâche publicitaire

UPE_6 : M. DOTTELONDE énonce la problématique des bâches publicitaires. Limiter la surface des bâches publicitaires à 8 m² est un non-sens économique et commercial dans la mesure où ces dispositifs, de très grand format, nécessitent une visibilité et une lisibilité adaptées. Cette disposition s'apparente alors à une interdiction déguisée d'implanter de tels dispositifs. De plus, en application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités. Par ailleurs, un RLPi étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des évènements sportifs ou encore culturels qui peuvent être organisés.

Q31 : M. DOTTELONDE trouve que la limite de surface des bâches publicitaires à 8 m2 n'est pas justifiée et propose que s'applique juste la réglementation nationale.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> La règlementation nationale ne fixe pas de surface maximale. Il existe donc un risque de surface très élevée pour ce type de publicité. La limite de format maximum de 8 m² est conservé.

7. Le domaine ferroviaire

UPE_7 : M. DOTTELONDE énonce la problématique du domaine ferroviaire. Perpignan Méditerranée Métropole possède un territoire ferroviaire important qui constitue une source de recettes pour la SNCF via les autorisations d'exploitation publicitaire qu'elle accorde en contrepartie de redevances d'occupation du domaine public. Ce domaine ferroviaire présente deux particularités : une unité foncière dont les parcelles sont gérées par un unique propriétaire ; un seul opérateur gère l'exploitation publicitaire de ce territoire (règle d'interdistance possible).

Q32 a: M. DOTTELONDE remarque que les particularités du domaine ferroviaire ne sont pas traitées. Il suggère l'introduction de règles particulières.

Q32b : pour les dispositifs implantés sur les quais, il propose des règles moins contraignantes. Que répondre ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Cette proposition sera étudiée, cependant elle semble délicate car elle instaure une différence entre un domaine spécifique et les autres.

c. PUBLISSUD

Les observations déposées par Madame Vanessa POLONI sont préfixées par PUBLISSUD.

1. Communication - Concertation

PUBLISSUD_1 : Mme POLONI regrette de ne pas avoir été prévenu du lancement de l'enquête publique après deux années sans nouvelle de cette procédure. Lors de la « fausse » réunion de concertation avec les professionnels de la publicité le 5 mars 2019, Mme Got de la mairie de perpignan nous avait annoncé que le RLPI devait être validé pour le mois de Mars 2020, depuis nous n'avons plus aucune information malgré nos demandes au service règlementation. En réalité la réunion dite de concertation du 5 mars 2019 faites avec tous les professionnels de la publicité a été bâclée en à peine une heure (alors que le compte rendu fait état d'une réunion de 2h) sachant que 45 min ont été consacrées à la présentation de l'audit fait par la société GO PUB, c'est seulement après cet audit que nous avons eu le projet de RLPI mais sans les zones définies qui nous ont été envoyées 10 jours après ….

Encore une fois tout laisse à penser que cette concertation pour le RLPI n'en est pas vraiment une.

Q33 : Mme POLONI fait état du manque de concertation et de communication en amont.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> La concertation s'est déroulée conformément à la procédure d'élaboration du PLU (articles L103-2 et suivants du code de l'urbanisme) et tel que définie par la délibération du conseil de communauté du 25/06/2018. Le nombre de réunions et leurs comptes rendus sont regroupés dans le bilan de la concertation.
> - 3 réunions de DGS
> - 3 conférences des Maires

- 1 Réunion avec les professionnels enseignistes
- 1 Réunion avec les sociétés de publicité
- 1 réunion avec les associations de défense de l'environnement.
- 1 réunion avec les associations de commerçants
- 1 réunion Publique
- 2 réunions avec les personnes publiques associées.

Conformément aux articles L.581-14-1 du code de l'environnement et L.153-16 du code de l'urbanisme, le projet de règlement local de publicité arrêté par le conseil de communauté par délibération du 6 février 2020 a été transmis pour avis aux Personnes Publiques Associées (PPA) mentionnées aux articles L. 132-7 et L. 132-9 du code de l'urbanisme.

La délibération du 6/02/20 tire le bilan de la concertation, cette dernière et la note présentant le bilan sont annexées au présent mémoire réponse.

2. Largeur des pieds des futurs panneaux

PUBLISSUD_2 : Mme POLONI fait état de professionnel ayant fait la demande pour passer de 60 cm à 120 cm la largeur des pieds des futurs panneaux. Cela n'a aucun intérêt, c'est inesthétique et inapproprié car, toujours par expérience, nous pouvons prédire qu'un affichage sauvage sera positionné sur ces pieds de panneaux trop larges.

Q34 : Mme POLONI trouve que la largeur des monopieds maximum de 120cm est trop importante et propose de limiter à 80cm.

Réponse du Maître d'Ouvrage :

La règle du RLPi instaure une taille maximum qui permet à chaque société d'adapter la taille en fonction de leur souhait notamment les 80 cm. La règle sera maintenue.

3. Nombre de panneaux et mobiliers urbains

PUBLISSUD_3 : Mme POLONI mentionne une lourde erreur dans le rapport fait par GO PUB et présenté à l'ensemble des conseillers communautaires, aux professionnels de l'affichage et des enseignes ainsi qu'à l'ensemble des associations. Page 57 du Rapport de Présentation il est annoncé 737 panneaux publicitaires sur la ville de Perpignan (hors mobilier urbain) alors qu'il a été indiqué en réunion publique du 10 avril 2019 qu'il y en a 330 maximum. Encore plus grave et dommageable, dans ce même audit, il a été oublié de signaler qu'il y a plus de 600 mobiliers urbains publicitaires sur le domaine public de la commune de Perpignan qui eux ne sont absolument pas concernés par ce projet de RLPI.

Q35 : Y a t'il une étude précise sur ces nombres contestés et est-il possible d'indiquer les chiffres actuels ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Les chiffres donnés dans le rapport de présentation du RLPi proviennent de l'inventaire réalisé auprès des communes et de la Ville de Perpignan.

Ces chiffres sont réajustés annuellement en fonction des nouvelles installations ou démontages.

Une actualisation des données sera réalisée dans le document présenté au conseil de communauté pour approbation.

4. ZP1 - Densité

PUBLISSUD_4 : Mme POLONI mentionne une erreur sur le site de Perpignan Métropole sur la règle de densité. Il y a puisqu'il nous a été confirmé à deux reprises (réunion afficheurs et réunion publique) qu'un dispositif était possible pour un linéaire de moins de 50 mètres alors même que le RLPI précise bien qu'il faudra plus de 50 mètres linéaires pour installer un seul dispositif. En pratique il est impossible de trouver dans un village de moins de 10 000 habitants un mur aveugle d'une propriété possédant une parcelle avec linéaire de façade de plus de 50 mètres.

Nous proposons que sur l'ensemble de la ZP1 le Grenelle de l'environnement soit appliqué, cela permettra d'éviter que les annonceurs installent directement des panneaux sauvages par manque d'offre de la part des afficheurs.

Q36 : La règle de densité sera t'elle modifiée dans le règlement ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

La remarque porte sur une erreur matérielle lors de la transcription du document. Les articles sur la densité (linéaire) seront corrigés et le schéma sera joint en annexe. Avec la correction un mural sera possible en ZP1 dans une unité foncière de moins de 50 m.

5. ZP1 – Canet en Roussillon

PUBLISSUD_5 : Mme POLONI critique que la commune de Canet en Roussillon soit considérée comme 4 agglomérations de moins de 10 000 habitants chacune, hors le prestataire ne repose son analyse sur aucune loi ni jurisprudence. Pour nous il s'agit bien d'une seule entité car il y a une continuité de bâtit entre les deux, ce qui fait donc une seule entité de plus de 10 000 habitants.

Mme POLONI développe ses remarques sur la ville de Canet au point 16 Partie juridique.

6. ZP2 - Voies ouvertes à la circulation publique

PUBLISSUD_6 : Mme POLONI écrit qu'avec une limite minimum de 50 mètres linéaire, 50% des panneaux du domaine privé seront démontés. il est imposé un maximum de 2 dispositifs seulement, même pour les parcelles (ou unité foncière) avec un très grand linéaire de façade. Nous proposons donc un linéaire de 40 mètres pour 1 dispositif et 40 mètres de plus pour un autre dispositif soit 80 mètres et idem pour un troisième dispositif soit 120 mètres.

Q37a : L'impact sur les panneaux qui seront à démonter est-il vérifiable ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Il est important de noter que d'une société d'affichage ou syndicat à l'autre les chiffres sont très variables sur l'impact du projet de RLPi sur le parc existant.

Nous ne disposons pas de la base de données utilisée par PUBLISSUD pour aboutir à cette quantification.

Q37b : Pour y pallier, Mme POLONI propose de ramener la limite de 50 mètres à 40 mètres.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Les articles sur la densité (linéaire) sont confirmés.

7. ZP2 – Ronds-Points

PUBLISSUD_7 : Mme POLONI propose qu'un second dispositif puisse être installé quand la parcelle bordant le giratoire fait 40 mètres de linéaire de façade ou plus.

Q38 : Mme POLONI propose de modifier la limite de 20 mètres à 40 mètres pour les ronds-points.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> La règle dans les carrefours giratoires sera modifiée pour un linéaire minimum de 25 m. (Cf Q11).

8. ZP2 – Interdistances

PUBLISSUD_8 : Mme POLONI critique la notion d'interdistance, manière cachée d'interdire les panneaux « côte à côte ».

Q39 : Mme POLONI propose que les panneaux portatifs et muraux puisent être placés côte à côte en ZP2.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> L'interdistance de 50 m entre 2 panneaux est maintenue.

9. ZP2 – Zonage

PUBLISSUD_9 : Mme POLONI fait état de parcelles enlevées de de la ZP2 ou ZP3 alors même qu'elles respectent tous les critères de ce nouvel RLPI. Elle demande la prise en compte du nouveau quartier qui longe la rocade Sud entre le Serrat d'en vaquer et le domaine Barbé, des parcelles 70,71,399,412 et 230 section BL, toujours sur la rocade sud, des parcelles Av Dr Torreilles (281,282,283,284,285,56,235,49,50,51,156,153 section BO), Selon le zonage la prison est considérée comme zone aggloméré mais il a été oublié le nouveau lotissement ainsi que les bâtisses déjà existantes.

Les plans de zonages disponibles en téléchargement sur le site internet de PMM sont d'une mauvaise définition et ne permettent pas de savoir quelles parcelles sont intégrées dans telle ou telle zone. Il n'est pas possible de voir distinctement les parcelles à cheval entre 2 zones.

Remarque : le manque de lisibilité plans de zonage a été traité dans le point 6 de la section concernant les observations du registre dématérialisé.

Q40 : Concernant le zonage des parcelles

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le zonage sera vérifié en fonction de l'urbanisation récente.
>
> A l'issue de l'enquête publique, le projet de RLPi peut être ajusté en vue de son approbation. (Diagnostic, règlement, annexes). Le dossier d'approbation qui intègre les ajustements après enquête publique sera présenté en conférences des maires.

10. ZP2 – Article 13 Densité – Règle H/2

PUBLISSUD_10 : Mme POLONI s'interroge sur la règle de prospect Hauteur de panneau / 2 dans la ZP2. Cette règle est incohérente et discriminatoire, la règle inverse serait bien plus logique afin de protéger les propriétaires qui n'ont pas à subir les implantations subjectives des mobiliers urbains. Cette règle est incohérente et discriminatoire, la règle inverse serait bien plus logique afin de protéger les propriétaires qui n'ont pas à subir les implantations subjectives des mobiliers urbains.

Q41 : Mme POLONI semble souhaiter que la règle H/2 s'applique dans l'autre sens aux mobiliers urbains.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Cela n'est pas prévu par le code de l'environnement. Le mobilier urbain est installé par les communes afin de rendre un service public.

11. ZP2 – Panneaux digitaux

PUBLISSUD_11 : Mme POLONI fait état des panneaux numériques sur la ZP2. Bizarrement les dispositifs numériques sont autorisés quand cela concerne les mobiliers urbains, laissant comme seul choix aux annonceurs la concession de JC Decaux pour communiquer en ZP2 en numérique même à proximité des sites classés. Nous en déduisons que la commune de Perpignan a conscience de l'intérêt des panneaux numériques pour faire sa propre communication sur l'ensemble de ces 35 digitaux. En revanche les annonceurs locaux ne pourront communiquer sur des panneaux numériques qu'avec LA SOCIETE JC DECAUX avec des prix prohibitifs.

Par ailleurs, les enseignes qui ont choisi un écran numérique seront contraintes de déposer leurs matériels onéreux dans cette zone (toutes les pharmacies, journal l'Indépendant, Bureau Vallée, restaurant le Napoli …)

Q42 : Dans la dernière phrase, Mme POLONI écrit qu'un certain nombre d'enseignes avec écrans numériques devront déposer leurs matériels. Est-ce vraiment le cas pour tous, y compris les pharmacies ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Les enseignes numériques sont interdites sauf en ZP3 ou pour les services d'urgence dans le projet arrêté de RLPi. Les pharmacies en tant que service d'urgence peuvent donc garder leurs enseignes numériques où qu'elles se situent.

12. ZP3 – Zonage

PUBLISSUD_12 : Mme POLONI constate sur le plan de Zonage de Perpignan notamment une nouvelle légende « périmètre des établissements de centre commercial exclusifs de toute habitation ». Elle mentionne des zones non comprises comme zone d'activité, la zone de l'aéroport, Mas Balande, MW/ mc Donald route de Prades, Lot le chene Perpignan sud à côté d'Auchan, ZI Torremila au nord, Technosud 2, Agrosud. De même pour les parcelles Chemin de la Fauceille (parcelles 579 et 591 section HP), Av Panchot à gauche direction Toulouges avant le pont de l'autoroute , Av d'Espagne quartier porte d'Espagne au niveau du crédit agricole, Botanic et Renault/Dacia av Perrin angle chemin des vignes, Route d'Espagne sur la D900 au niveau de Retif , Route de Canet.

Q43a : Mme POLONI fait état d'une distinction entre les zones et ZP3 et les périmètres des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation. D'où vient cette distinction ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> La distinction vient de la localisation en ou hors agglomération de la zone en question. Un nouveau contrôle et vérification des zones citées hors agglomération et exclusives d'habitation sera effectué. La modification à apporter sur le RLPi sera réalisée si nécessaire.

Q43b : Mme POLONI mentionne des zones et parcelles non inclues dans la ZP3. Qu'en est-il ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le zonage peut évoluer si des remarques à l'enquête publique ont été faites.
>
> Le zonage sera réexaminé pour vérifier si l'urbanisation récente a changé. La modification à apporter sur le RLPi sera réalisée si nécessaire.

13. ZP3 – Densité

PUBLISSUD_13 : Mme POLONI propose de modifier la règle de densité en ZP3 comme en ZP2, à savoir Un linéaire de 40 mètres pour 1 dispositif et 40 mètres de plus pour un autre dispositif soit 80 mètres et idem pour un troisième dispositif soit 120 mètres ; L'application du Grenelle de l'Environnement concernant les ronds-points de la ZP3.

Q44 : Mme POLONI propose de modifier la règle du nombre de dispositifs en fonction du métrage linéaire.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Les articles sur la densité (linéaire) corrigés sont maintenus.

14. Niveau économique – Bailleurs

PUBLISSUD_14 : Mme POLONI signale que l'ensemble des redevances données aux propriétaires des emplacements publicitaires par les divers afficheurs représente environ 1 000 000 € sur le Département des PO dont l'essentiel sur le territoire de Perpignan Métropole ; si ce projet ne prend pas en compte les observations des professionnels c'est une grosse partie des propriétaires qui perdront du pouvoir d'achat.

Q45 : Mme POLONI fait état de la perte de redevance de certains bailleurs.

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Pas d'analyse sur cette question qui ne fait pas partie des prérogatives d'un RLPi.

15. Niveau économique – Annonceurs

PUBLISSUD_15 : Mme POLONI mentionne que la communication du côté des annonceurs locaux va gravement en pâtir avec une offre limitée et des prix à la hausse. Ce nouveau RLPI crée un caractère discriminatoire avec les mobiliers urbains et une situation de quasi-monopole favorable à la société JC DECAUX sur Perpignan et Canet. Les annonceurs avec qui nous travaillons ont une activité essentielle pour le tourisme et l'économie de notre département : Ecozonia, Aquarium Oniria, réserve Africaine de

Sigean, Live au Campo, Theatre de l'archipel, Les Déferlantes, CIVR, Dom Brial, Château Pena, château de Jau, Cap de Fouste et encore de nombreux vignerons du département, USAP, les Dragons Catalans, le Sydetom, magasins de meubles, cuisinistes, ...

Q46 : Mme POLONI fait état des influences économiques pour certains annonceurs.

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Nous n'avons pas connaissance de ces incidences. Une part importante de la communication des entreprises se fait désormais à travers d'autres canaux que la publicité extérieure (Internet, office de tourisme, etc.).

16. Partie juridique – Canet en Roussillon

PUBLISSUD_16 : Mme POLONI fait état du classement de la commune de Canet en Roussillon en ZP1, c'est-à-dire avec les communes de – de 10 000 habitants alors même que la commune 12186 habitants en 2018, M. Meya et Mme Got nous ont indiqué que la ville de Canet était composée de plusieurs agglomérations ce qui surprendra certainement son maire M. Loda. Le Code de la route définit la notion d'agglomération comme un « espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde » (article R. 110-2). Nous sommes donc sur une seule agglomération dans ce cas, d'autant plus avec le nouveau quartier Port Alizés qui lie davantage « la plage » et « le village ».

Q47 : Classement de la commune de Canet en Roussillon

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Au sens du code de la route, la commune compte plus de 10 000 habitants répartis entre plusieurs agglomérations.

Ainsi, hors unité urbaine, même dans une commune de moins de 10000 habitants, si le territoire aggloméré est séparé en 2 parties ou plus, par des zones non agglomérées de plus de 50 mètres, le nombre d'habitants se calcule par zone et non pour l'ensemble de la commune.

Cette approche a été validée par les services de l'État et inscrite dans le « porter à connaissance » de la DTTM en date d'avril 2019.

17. Partie juridique – Caractère discriminatoire

PUBLISSUD_17 : Mme POLONI estime que le caractère discriminatoire du projet RLPi est avéré à presque chaque paragraphe, le tribunal administratif appréciera … Les tribunaux administratifs condamnent le régime dérogatoire accordé au mobilier urbain dans les règlements locaux de publicité au détriment de l'affichage traditionnel, mural et/scellé au sol. Mme POLONI liste plusieurs décision de tribunaux administratifs.

En conclusion, Mme POLONI reprend les différents points contestataires et annonce son intention de saisir le tribunal administratif si le projet est adopté tel quel.

Réponse du Maître d'Ouvrage :

S'agissant du courrier de contribution de la société Publissud, et plus particulièrement des jurisprudences dont il fait état (page 47 des annexes au PV de

Synthèse des Observations), il convient de rappeler que la jurisprudence reconnaît aux autorités compétentes les plus larges prérogatives pour délimiter des zones de publicité restreinte dans tout ou partie d'une agglomération et y édicter des prescriptions spéciales.

En effet, elle admet que ces prescriptions puissent faire échapper le mobilier urbain aux interdictions frappant les autres supports publicitaires :

« Considérant que l'article 10 de la loi du 29 décembre 1979 confère, en vue de la protection du cadre de vie, aux autorités locales compétentes un large pouvoir de réglementation de l'affichage en leur permettant notamment de déterminer dans quelles conditions et sur quels emplacements la publicité est seulement admise et même d'interdire la publicité ou des catégories de publicité définies en fonction des procédés et des dispositifs utilisés ; qu'il ressort des pièces du dossier que, dans les zones de publicité restreinte n° 1, n° 2a) et 2b), les articles II.1 et II.2 de l'annexe à l'arrêté attaqué, interdisent tout dispositif publicitaire, qu'il soit apposé sur un mur, scellé au sol ou installé directement sur le sol, à l'exception du mobilier urbain ; que, dans la zone de publicité restreinte n° 2, hormis le mobilier urbain, seuls les dispositifs apposés aux murs sont autorisés ; que, dans les zones de publicité restreinte n° 3, n° 4 et n° 5, les dispositifs publicitaires sont soumis à des conditions propres à chaque zone ; qu'en n'autorisant ainsi dans certaines des zones de publicité restreinte délimitées par ledit arrêté, la publicité que sur le mobilier urbain, le maire de NOISY-LE-GRAND n'a pas institué une discrimination illégale entre les entreprises et les modes d'affichage »

« En prescrivant que, dans trois zones de publicité restreinte instituées sur le territoire communal, tout dispositif publicitaire serait interdit, qu'il soit apposé sur un mur, scellé au sol ou installé directement sur le sol, à l'exception du mobilier urbain, que, dans une autre zone, hormis le mobilier urbain, seuls les dispositifs apposés au mur seraient autorisés et que, dans trois autres zones, les dispositifs publicitaires seraient soumis à des conditions propres à chacune d'elles, le règlement municipal, qui n'a, ainsi, autorisé, dans certaines des zones de publicité restreinte la publicité que sur le mobilier urbain, n'a pas établi une discrimination illégale entre les entreprises et les modes d'affichage. »

[CE, 9 févr. 2000, n°169807]

Toutefois, les dispositions qui favorisent systématiquement les matériels existants, faisant l'objet d'une convention d'affichage avec la commune, au détriment du reste du mobilier urbain sont de nature à instaurer une discrimination illégale entre les entreprises d'affichage :

« Considérant qu'aux termes de l'article 9 du règlement attaqué, intitulé « dérogations générales » : « sur l'ensemble du territoire communal, sont autorisées : – la publicité supportée par le mobilier urbain … faisant l'objet d'une convention avec la ville et implanté aux emplacements existants à la date du présent arrêté … » ; qu'en exonérant par principe de l'obligation de respecter les prescriptions du règlement municipal l'ensemble du mobilier urbain déjà installé, quel qu'en soit le lieu d'implantation, l'article 9 du titre Ier de l'arrêté attaqué procède à une discrimination illégale entre les entreprises d'affichage »

[CE, 8 déc. 1999, n° 154395]

Il en va de même d'un RLP qui réserverait aux seuls mobiliers urbains installés par les soins de la commune, à l'exclusion des mêmes mobiliers installés sur leur domaine public par d'autres collectivités, la possibilité de recevoir des pré-enseignes [TA Martinique, 13 nov. 2014, n° 1200286].

Par ailleurs, il convient de préciser que l'article R. 581-42 du code de l'environnement n'autorise l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction. Aussi, les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent être assimilées à des dispositifs publicitaires, le mobilier urbain ne devant pas avoir pour destination principale de recevoir des publicités. Dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

A ce titre, la Cour administrative d'appel de Bordeaux a clairement établi :

« Le principe d'égalité ne s'oppose pas à ce que des situations différentes soient traitées différemment. Il ressort des dispositions du RLPi approuvé que la surface des publicités apposées sur le mobilier urbain s'apprécie en se référant à la surface de l'affiche ou de l'écran publicitaire hors encadrement. Toutefois, en ne faisant pas application du mode de calcul retenu pour les dispositifs publicitaires au sens de l'article L. 581-3 du code de l'environnement au mobilier urbain, dont la destination principale est de recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques, Bordeaux Métropole n'a pas institué une discrimination irrégulière au profit du mobilier urbain. Pour ce même motif, elle n'a pas davantage méconnu le principe d'égalité en autorisant le format de 8m2 hors encadrement sur le mobilier urbain de la zone 4b où sont situés les emplacements publicitaires de M. E… ou encore en autorisant la publicité, dans la limite de 2 m2 pour le seul mobilier urbain dans la zone 2. Il ne ressort pas davantage des pièces du dossier que les prescriptions de la zone 4b placeraient un opérateur d'affichage dans une situation de position dominante sur le marché. »

[CAA Bordeaux, 26 avr. 2021, n°19BX01464]

De la même façon, la Cour administrative d'appel de Nancy a estimé :

« Il ressort des dispositions du règlement local de publicité que la publicité numérique est principalement autorisée dans les zones ZP1, ZP2, ZP3, ZP4 et ZP5 sur le mobilier urbain. Pour autant, le mobilier urbain se différencie des autres dispositifs pouvant accueillir de la publicité numérique en ce qu'il n'a qu'une vocation publicitaire accessoire, mais a pour objet principal de répondre aux besoins des administrés. Dans ces conditions, en dépit de l'impact visuel équivalent pouvant résulter d'une publicité numérique sur un support scellé au sol ou apposé sur du mobilier urbain, la commune de Colmar n'a pas institué une discrimination irrégulière au profit du mobilier urbain, ni au profit des sociétés spécialisées dans le mobilier urbain, en permettant principalement l'apposition de la publicité numérique sur le mobilier urbain. »

[CAA Nancy, 19 oct. 2021, n°19NC02575].

Au regard de tout ce qui précède, et contrairement à ce qu'avance la société Publissud, le projet de RLPi arrêté ne semble pas instaurer une différence de

> traitement de nature à caractériser une discrimination irrégulière au profit du mobilier urbain.

d. BLANCOM Méditerranées

Dans son courrier déposé le 5 novembre 2021, Monsieur Éric BLANC de BLANCOM Pyrénées dit en préambule :

> D'un point de vue général, le dossier soumis à l'enquête publique bien qu'il vienne par endroit fortement contraindre voire interdire le développement économique de notre activité réussi à concilier la protection de notre environnement et le maintien de l'activité économique.

Et en conclusion :

> En conclusion et au regard de ce qui précède nous émettons un avis favorable sous réserve de la prise en compte des éléments évoqués ci-dessus.

Les observations déposées par Monsieur Éric BLANC de BLANCOM Pyrénées sont préfixées par BLANCOM. Le courrier était accompagné d'un document d'OXIALIVE sur l'estimation du coût carbone de l 'écran publicitaire numérique, comparaison avec les panneaux publicitaires classiques.

1. Sur la forme

BLANCOM_1 : Les documents soumis à la consultation du public ne sont pas d'une qualité permettant une lecture optimale (zonage peu lisible, impossible de zoomer sur les secteurs, ...) . Difficulté à déposer des avis en ligne sur le site de PMM : bugs fréquents

Remarque : le manque de lisibilité des plans de zonage et les dysfonctionnements du site Internet ont été traités dans les points 6 et 8 de la section concernant les observations du registre dématérialisé.

2. Sur le fond - point de vue global

BLANCOM_2 : Dans le règlement proposé, il est à noter une inégalité de traitement constante entre le mobilier urbain et les dispositifs publicitaires. Si le règlement vient contraindre voire interdire les dispositifs publicitaires, il n'en est rien pour le mobilier urbain qui est presque toujours exempté de règles. Cette écriture est discriminatoire pour les régies publicitaires qui proposent essentiellement des dispositifs publicitaires alors que les enjeux de préservation de l'environnement et du paysage sont identiques quel que soit le type de mobilier implanté.

Le règlement proposé détermine le nombre d'emplacement autorisé en fonction du mètre linéaire. Or le choix de cette unité de mesure est discriminatoire pour les « petits » propriétaires fonciers qui ont souvent peu de revenu et dont la redevance que peut représenter un loyer est un complément non négligeable. Le règlement tel qu'il est rédigé favorise les grands propriétaires terriens. Un grand nombre de commentaires dans le registre d'enquête vise à demander l'interdiction de la publicité lumineuse car elle est jugée non vertueuse et source de pollution. Afin de parfaire votre information à ce sujet, vous trouverez joint à la présente une étude globale réalisée par un cabinet indépendant visant à comparer les panneaux publicitaires « classiques et les écrans numériques. Comme vous pourrez le lire, elle démontre

clairement l'avantage d'afficher une publicité via un écran numérique plutôt que via un « écran» papier notamment au regard des coûts carbones et des déchets engendrés.

Remarque : Le document mentionné est une étude comparative du coût carbone des écrans numériques OXIALIVE avec les panneaux publicitaires classiques.

3. Zonage

BLANCOM_3 : M. BLANC mentionne que le zonage est incomplet sur l'agglomération. Il ne tient pas compte du bâtit tel qu'il est défini dans le règlement national de la publicité. Le secteur de l'aéroport par exemple est situé dans un espace non zoné sur le plan alors qu'il est dans une zone constituée de bâtit continu. Le secteur de l'aéroport est en zone d'agglomération et devrait être intégré dans un zonage. Des plaques d'agglomération viennent d'ailleurs le matérialiser. Les zones commerciales identifiées par le zonage ZP3 ne sont pas exhaustives. En effet, certains secteurs pourtant à destination d'activités économiques et situés en zone d'agglomération se retrouvent exclus du zonage proposé. Pire encore des zones ont été coupées sans raison apparente.

Remarque : Ces observations rejoignent celles de PUBLISUD du point 17.

Q48a : Zonage incomplet

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Le zonage peut évoluer si remarques à l'enquête publique ont été faites.
>
> Le zonage sera réexaminé pour vérifier si l'urbanisation récente a changé. La modification à apporter sur le RLPi sera réalisée si nécessaire.

Q48b : À l'avenir, une évolution des zones d'agglomération et d'activité est prévisible. Comment seront traitées ces évolutions ?

> Réponse du Maître d'Ouvrage :
>
> Une modification ou une révision du RLPi permettra de mettre à jour le plan en fonction de l'évolution du territoire.
>
> Les évolutions du RLPi s'effectuent selon les procédures de gestion des PLU, à l'exception de la procédure de modification simplifiée, explicitement exclue pour les règlements locaux (art. L. 581-14-1, al. 1, c. env).
>
> La révision doit être mis en œuvre lorsqu'il s'agit :
>
> - Soit de changer les orientations du RLPi ;
> - Soit de réduire une protection édictée en raison des risques de nuisance, de la qualité des sites, des paysages ou des milieux naturels (Exemple : le fait de lever le recul légal de construction dans les entrées de ville en bordure d'une route à grande circulation, en matière de PLU, constitue une réduction de protection édictée en raison de nuisance et doit donc faire l'objet d'une procédure de révision [CAA Lyon, 17 novembre 2005, Commune de Ferney-Voltaire, n° 04LY00852]), ou d'une évolution de nature à induire de graves risques de nuisance.
>
> La révision d'un RLPi est effectuée selon les mêmes modalités que celles correspondant à son élaboration initiale. Toutefois, le débat sur les orientations du

projet de révision peut être organisé dès la délibération prescrivant cette révision. En outre, le projet de révision arrêté est soumis pour avis aux communes intéressées par celui-ci (art. L. 153-33, al. 2, c. urb.).

4. Modifications articles du règlement

BLANCOM_4 : M. BLANC propose des modifications dans plusieurs articles du règlement :

ARTICLE 4: La dérogation accordée au mobilier urbain nous parait discriminatoire envers les bailleurs privés et les régies publicitaires.
ARTICLE 5 : Là encore les règles appliquées aux dispositifs publicitaires sont beaucoup plus contraignantes que celles appliquées aux mobiliers urbains.
ARTICLE 6: Le mobilier urbain doit avoir les mêmes restrictions que les dispositifs publicitaires et par voie de conséquence être soumis aux mêmes plages d'extinctions.
ARTICLE 8 - DENSITE: La ZP1 concerne les dispositifs muraux. Appliquer une longueur de 50 mètres correspond simplement et purement à une interdiction déguisée. Le règlement national limite suffisamment en nombre et en taille (4 m2) les dispositifs. Là encore il n'y a aucune restriction pour le mobilier urbain et donc une inégalité de traitement.
ARTICLE 13-DENSITE: Le linéaire de 50 mètres exigé pour installer un dispositif nous semble beaucoup trop important. Nous souhaitons qu'il soit ramené à 30 mètres et à 60 mètres pour deux dispositifs (et non 80 mètres). L'inter distance devra donc par voie de conséquence être ramenée elle à 40 mètres et non 50.
Nous souhaitons que ces mêmes règles soient appliquées au mobilier urbain car tel que présenté il n'y a aucune limitation.
ARTICLE 18: même commentaire que précédemment

Q49 : Ces modifications sont-elles envisageables ?

Réponse du Maître d'Ouvrage :

Plusieurs de ces points ont été évoqués précédemment.

Quelques adaptations réglementaires mineures suite à l'enquête publique seront apportées au projet de RLPi et présentées lors de la conférence des maires avant l'approbation du document par le conseil de communauté.

Département des Pyrénées Orientales

Enquête Publique unique

Règlement Local de Publicité Intercommunal

Perpignan Méditerranée Métropole

Du 4 octobre au 5 novembre 2021

Conclusions et Avis motivé

Martine JUSTO – Commissaire enquêtrice

C. CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE

I. DEROULEMENT DE L'ENQUETE

L'enquête publique porte sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté Urbaine Perpignan Méditerranée Métropole. Ce projet a été arrêté le 6 février 2020 par le conseil de communauté de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine. Le Tribunal Administratif de Montpellier m'a désignée en qualité de commissaire enquêteur.

L'enquête s'est déroulée conformément aux textes et dispositions en vigueur.

Les registres d'enquête ont été mis à la disposition du public au siège de Perpignan Méditerranée Métropole Communauté Urbaine, à la Direction du Domaine Public et des Élections de la mairie de Perpignan, aux mairies de Canet-en Roussillon, Rivesaltes, Cabestany, Saint-Estève et Bompas.

Le projet soumis à enquête se présentait sous la forme d'un dossier, dont la constitution est conforme au décret d'application de la loi 12 juillet 2010, en date du 30 janvier 2012. Il était consultable sur le site Internet de PMM.

II. RESULTATS DE L'ENQUETE

L'enquête a soulevé de nombreux points à éclaircir, à préciser, à compléter, que les observations aillent dans le sens d'un assouplissement du règlement, comme le demandent les professionnels de la publicité, ou au contraire dans le sens de mesures plus restrictives souhaitées par le public ou les associations de défense de l'environnement.

Toutes les contributions ont été étudiées avec attention par le Maître d'Ouvrage, des réponses claires et précises ont été données aux questions découlant de l'analyse des observations. Le Maître d'Ouvrage apportera des modifications ou précisions au règlement, dans la mesure où celles-ci ne contredisent pas les objectifs recherchés et validés par la Communauté Urbaine Perpignan Méditerranée Métropole.

III. ASPECTS POSITIFS

Les objectifs essentiels de la Communauté Urbaine de Perpignan Méditerranée Métropole sont de réduire la densité et le format publicitaires, de limiter l'implantation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, l'implantation de publicité numérique et de bâches publicitaires, d'interdire certaines implantations d'enseignes, ainsi que d'harmoniser les règlementations locales de la publicité existantes notamment en réduisant le nombre de zones de publicité.

Le projet de RLPi permet de limiter la prolifération de panneaux publicitaires notamment avec les articles suivants :

- Article 3 : Le zonage limite la publicité dans les communes et protège les zones d'habitation du mobilier numérique.
- Article 5 : interdiction aux abords de la Têt.
- Article 8, 13,18 : Règle de densité (tranche de 50 m minimum de linéaire)

- Article 13 et 18 : interdistance de 50 m permet d'interdire les doublons.
- Article 18 : règle des ronds-points.

L'harmonisation des règles en matière de publicités et préenseignes et la réduction du nombre de zones de publicité sont mises en œuvre dans le projet par la définition de trois zones sur le territoire intercommunal, chacune avec ses règles spécifiques.

Le service informatique de PMM s'est montré très réactif pour corriger les dysfonctionnements du site Internet dès connaissance des problèmes.

Les demandes des communes qui ont fait part dans le cadre de l'enquête publique de leur volonté d'ajouter des secteurs à protéger comme le long de la Têt (Cabestany et Saint Estève) seront prises en compte. Ces modifications seront réalisées dans le règlement soumis à l'approbation par le conseil de communauté de PMM.

Pour les ronds-points, une règle plus restrictive sera définie portant le linéaire minimum dans les carrefours giratoires à 25 m (à la place de 20 m).

La loi n°2021-1104 du 22 août 2021 (postérieure à l'arrêt du RLPi) permet de définir dans un RLPi des règles pour les publicités, écrans numériques en vitrine. Un rajout au chapitre des enseignes sera apporté : extinction des enseignes en vitrine de 00 h à 06 h du matin.

Le zonage sera réexaminé pour vérifier si l'urbanisation récente a changé. Un nouveau contrôle et vérification des zones citées hors agglomération et exclusives d'habitation sera effectué. La modification à apporter sur le RLPi sera réalisée si nécessaire.

IV. ASPECTS NEGATIFS

Les principales critiques du public et des associations écologiques ont porté sur l'impact environnemental (effets sur la faune, la flore, consommation électrique, émission de CO2), la pollution visuelle et lumineuse, le danger de sécurité routière. Le règlement national de la publicité est plus permissif pour les panneaux numériques que le projet de RLPI de PMM et aucune étude indépendante n'évalue les effets environnementaux de la publicité lumineuse.

Des observations demandent des modifications sur les articles du règlement (densité d'affichage, 1 panneau maximum par tranche de 2000 habitants, …). Cela impliquerait la réécriture de certains articles du règlement. Or, le RLPi peut faire l'objet de quelques adaptations règlementaires après enquête publique mais ces évolutions doivent être mineures et ne doivent pas remettre en cause l'économie général du projet.

Certaines critiques vont jusqu'à vouloir la suppression des panneaux numériques. Or, il n'est pas possible juridiquement d'interdire toute publicité numérique.

Concernant l'intensité lumineuse, un décret ministériel est en cours de rédaction qui permettra de la réduire l'intensité lumineuse. Il sera applicable dès sa publication.

Les dossiers transmis en juillet et août 2021 (avant l'enquête publique) des associations Alternatiba 66 et Paysages de France sont très critiques sur le projet contestant la concertation, les règles adoptées, …. Ces associations ne sont pourtant pas venues lors de l'enquête publique.

La lisibilité des plans de zonage est insuffisante pour comprendre avec précision la carte d'occupation des sols. PMM prendra en compte ces remarques et des ajustements techniques seront réalisés pour le dossier d'approbation du RLPi.

Concernant l'éclairage nocturne, la dérogation d'extinction de 0h à 6 h de l'article 4 à l'article L.581-8 du code de l'environnement pour la publicité supportée par le mobilier urbain dans les sites patrimoniaux remarquables ou aux abords de monuments historiques est très critiquée. Conformément à la législation, PMM souhaite maintenir cette dérogation pour un format de 2 m² maximum.

La problématique du domaine ferroviaire n'est pas prise en compte dans le projet actuel du RLPi. PMM l'étudiera.

Une perte de redevance de certains bailleurs est prévisible pour les propriétaires des emplacements publicitaires qui ne respecteront pas les nouvelles règles. PMM répond que cela ne fait pas partie des prérogatives d'un RLPi.

Des conséquences économiques pour les annonceurs sont prévisibles, ils devront démonter une partie de leurs dispositifs publicitaires grand format. L'application du règlement est obligatoire dans les 2 ans pour les grands panneaux et 6 ans pour les enseignes.

Concernant les activités qui contreviennent au règlement en vigueur sur la publicité, le RLPi ne peut pas les traiter. En effet, La police de la publicité dépend du Maire lorsque la commune dispose d'un RLP ou du Préfet pour les autres communes.

V. AVIS

Considérant que le projet soumis à enquête :

- A fait objet d'une publicité réglementaire suffisante pour que le public, les associations et les professionnels puissent normalement s'exprimer,
- Que la concertation s'est déroulée conformément à la procédure d'élaboration du PLU (articles L103-2 et suivants du code de l'urbanisme) et tel que définie par la délibération du conseil de communauté du 25/06/2018, les comptes rendus des réunions étant regroupés dans le bilan de la concertation,
- Que le projet de règlement local de publicité arrêté par le conseil de communauté par délibération du 6 février 2020 a été transmis pour avis aux Personnes Publiques Associées (PPA) ; que les Personnes Publiques Associées concernées ont soit émis un avis favorable, soit ont contribué à l'amélioration du projet,
- Que la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites a émis un avis défavorable sans plus de précisions,
- Que toutes les observations émises ont reçu une réponse circonstanciée de la part du Maître d'Ouvrage,
- Qu'à l'issue de l'enquête publique, le projet de RLPi peut être ajusté en vue de son approbation (diagnostic, règlement, annexes)
- Que des adaptations réglementaires mineures suite à l'enquête publique seront apportées au projet de RLPi et présentées lors de la conférence des maires avant l'approbation du document par le conseil de communauté.

CONCLUSION

En conclusion, je donne un **AVIS FAVORABLE** au projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté Urbaine Perpignan Méditerranée Métropole **SOUS LES QUATRE RÉSERVES suivantes** (ces réserves ne remettant en cause ni le projet, en lui-même, ni son économie générale) :

Réserve 1 :

Le Maître d'Ouvrage devra améliorer la qualité des plans de zonage pour une meilleure lisibilité. Format plus grand pour le plan de zonage général. Et augmentation de la résolution de la version numérique des plans de zonage par commune.

Réserve 2 :

Le Maître d'Ouvrage devra corriger l'erreur matérielle lors de la transcription du document sur les articles 8 et 13 sur la densité (linéaire). Et ajoutera le schéma illustratif en annexe.

Réserve 3 :

Le Maître d'Ouvrage devra ajouter le schéma manquant illustrant la règle des ronds-points aux articles 13 et 18.

Réserve 4 :

Le Maître d'Ouvrage devra réexaminer le zonage pour tenir compte des modifications de l'urbanisation.

Martine JUSTO

Commissaire Enquêtrice

Le 8 décembre 2021