

**Département du Gard**

**Commune d'ALES**

REVISION  
DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE  
(RLP)

**ENQUÊTE PUBLIQUE**

DU 07/01/2019 AU 06/02/2019

**RAPPORT DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR  
AVIS MOTIVE ET CONCLUSION**

**Commissaire enquêteur : Henri LEGRAND**

## SOMMAIRE

<b>TITRE 1 – Rapport du commissaire-enquêteur.....</b>	<b>3</b>
<b>1. GENERALITES :</b>	4
1.1 Préambule :	4
1.2 Objet de l'enquête et historique de la procédure :	4
1.3 Cadre juridique :	5
1.4 Composition du dossier d'enquête :	5
<b>2. NATURE ET CARACTERISTIQUES DU PROJET :</b>	6
2.1 Le Diagnostic du parc actuel :	6
2.2 les paysages et leur préservation.....	7
2.3 les problématiques à aborder.....	7
2.4 orientations du RLP. :	7
2.5 Les choix retenus. :	8
<b>3. ORGANISATION PREPARATION ET EXECUTION DE L'ENQUÊTE</b>	9
3.1 Organisation et préparation de l'enquête :	9
3.1.1 Désignation du commissaire enquêteur :	9
3.1.2 Préparation de l'enquête publique :	9
3.2 Exécution de l'enquête :.....	9
3.2.1 Publicité et information du public :	9
3.2.2 Clôture de l'enquête :	10
3.3 Bilan comptable des observations du public :.....	10
3.4 P.V. de synthèse :	10
<b>4. OBSERVATIONS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR :</b>	11
4.1 Déroulement de l'enquête :	11
4.2 Le dossier d'enquête: .....	11
4.3 Analyse des observations du public:.....	11
4.4 Réponses du maire et observations du commissaire-enquêteur :.....	14
4.5 Analyse des observations des P.P.A et de la CDNPS.....	16
<b>TITRE 2 CONCLUSION ET AVIS MOTIVE</b>	17
1 Objet de l'enquête :	18
2 Dossier d'enquête :	18
3 L'enquête publique.....	19
4 Observations du public :.....	19
5 Observations des P.P.A et de la CDNPS.....	20
6 Analyse objective du projet: .....	21
7 Avis motive : .....	22
8 Conclusion : .....	23
<b>ANNEXES</b>	24

**Département du Gard**

**Commune d'ALES**

REVISION  
DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE  
(RLP)

**ENQUÊTE PUBLIQUE**

DU 07/01/2019 AU 06/02/2019

**TITRE 1**

**RAPPORT DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR**

**Commissaire enquêteur : Henri LEGRAND**

# 1. GENERALITES

## 1.1 Préambule :

La commune d'Alès est située dans le département du Gard et compte 40 000 habitants. Elle est considérée comme la capitale des Cévennes, et est depuis le 01/01/2017 le siège de la communauté d'agglomération regroupant 73 communes pour une population de près de 132 000 habitants.

Elle possède depuis 1992 d'une réglementation spéciale sur la publicité, révisée en 2005. Le plan de zonage actuel comprend 5 zones de publicité restreintes (ZPR) et une zone de publicité autorisée (ZPA) ;

Or, la loi « Grenelle2 » a supprimé les zones de publicité restreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le code de l'environnement et l'article L581-14 stipulent que le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

## 1.2 Objet de l'enquête et historique de la procédure:

L'objet de l'enquête a pour objet d'informer le public du projet de révision du règlement local de publicité et de lui faire connaître les conditions et lieux où la publicité sera acceptable, ainsi que de recueillir ses observations ou contre-propositions. Elle a été décidée pour les raisons suivantes :

- Protéger le cadre de vie et la valoriser l'image du territoire par des restrictions en matière de publicité extérieure tout en garantissant la liberté d'expression des opérateurs économiques ;
- Mettre à jour l'ancien règlement ;
- Respecter le nouveau régime défini par la loi « Grenelle 2 ».

Il convient, sur ce dernier point de rappeler que les réglementations spéciales en vigueur à la date publication de la loi 2010-788 du 12/07/2010 portant engagement national pour l'environnement restent valables jusqu'à leur révision ou modification pour une durée maximale de 10 ans à compter de cette date ; elles doivent être révisées selon la même procédure que les PLU. Faute d'avoir été révisées ou modifiées, les compétences en matière de police de la publicité seront exercées par le Préfet.

### **La concertation**

Celle-ci s'est déroulée du 9 avril 2018 au 25 avril 2018 sous différentes modalités :

- Information sur le site internet de la ville ;
- Mise à disposition d'un registre permettant de formuler des observations et propositions ;
- Publication dans le journal « Midi Libre » ;
- Organisation de trois réunions : une pour les afficheurs et acteurs économiques, une autre pour les personnes publiques associées, et la dernière pour tout le public.

## **Bilan de cette concertation**

Plusieurs points du projet de RLP ont été pris en compte suite aux remarques faites pendant la concertation : valorisation du centre historique, réglementation sur la publicité lumineuse, et modification des plages d'extinction nocturnes, règles de densité, modification du zonage,...

Tous ces points sont repris dans l'arrêté municipal du 24/09/2018 arrêtant le projet de règlement de publicité local (RLP) et joint au dossier mis à disposition du public.

### **1.3 Cadre juridique :**

Le projet est soumis au code de l'environnement et notamment :

- aux articles L581-1 et suivants et R581-1
- au Porter à connaissance (PAC) de l'Etat rappelant :
  - des généralités sur les RLP ;
  - les dispositions de la réglementation nationale s'appliquant à la commune d'Alès à l'égard de la publicité, des enseignes et pré-enseignes ; ces règles sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants ;

### **1.4 Composition du dossier d'enquête :**

Ce dossier a été réalisé par la commune en collaboration avec le bureau d'études GOPUB Conseil.

Le dossier soumis à l'enquête comprend :

- Tome 1 : Rapport de présentation (70 pages) et comprenant 5 chapitres :
  - Droit applicable sur le territoire en matière de publicité ;
  - Diagnostic du parc d'affichage ;
  - Problématiques en matière de publicité extérieure ;
  - Orientations et objectifs de la collectivité ;
  - Justification des choix retenus.
- Tome 2 : Le règlement local de publicité (14 pages) comprenant
  - Le champ d'application et le zonage
  - les dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes dans les 3 zones de publicité ;
  - les dispositions applicables aux enseignes dans les 2 zones d'enseignes
- Tome 3 annexes comprenant :
  - Un lexique ;
  - L'arrêté fixant les limites de l'agglomération ;
  - La zone agglomérée ;
  - Le plan de zonage du RLP

Etaient également joints diverses pièces administratives :

- Une note de présentation du projet.
- L'arrêté municipal du 19 juin 2017 prescrivant la révision du règlement local de publicité ;
- Le courrier de la Préfecture du Gard en date du 2 août 2017 rappelant la procédure de révision,

- Le courrier et « porté à connaissance » de la Préfecture du Gard en date du 17 janvier 2018 ;
- La délibération du 24 septembre 2018 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet ;
- L'arrêté municipal n° 2018/01384 en date du 12 décembre 2018 prescrivant l'ouverture de l'enquête,
- Les formalités de publicité obligatoires : avis d'ouverture d'enquête publique, et parutions dans deux journaux locaux : Cévennes Magazine et Midi Libre.
- Le compte rendu de la réunion de la CDNPS en date du 10 décembre 2018.

Tout le dossier était à disposition du public pendant la durée de l'enquête, sous forme papier et sur le site internet de la ville d'Alès.

Le tableau suivant présente les services auxquels a été transmis le dossier le 03/10/2018 et la date de réception de leur avis.

<b>Organismes consultés</b>	<b>Date de l'avis en retour</b>
CDNPS	10/12/2018
Préfecture du Gard	Pas de retour
Conseil Départemental du Gard	
Région LR - Occitanie	
Chambre de Commerce et d'Industrie	
Chambre des métiers	
Chambre d'Agriculture du Gard	
Communauté Alès Agglomération	
Syndicat mixte Pays Cévennes	
Syndicat mixte de transport du Bassin d'Alès	

## **2 NATURE ET CARACTERISTIQUES DU PROJET**

Le présent chapitre n'est pas le résumé du dossier présenté à l'enquête publique, mais fait ressortir les points et les enjeux qui me paraissent les plus importants.

Tous les éléments cités ci-après sont extraits du rapport de présentation.

L'article L581-3 définit les publicités, enseignes et pré-enseignes :

- 1° Constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des pré enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités ;
- 2° Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;
- 3° Constitue une pré enseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

### **2.1 Diagnostic du Parc actuel**

Un inventaire partiel sur les secteurs représentatifs des publicités, pré-enseignes, et enseignes a été effectué en juin et juillet 2016.

385 publicités et pré-enseignes, dont 406 lumineuses et 10 numériques, ont été recensées sur le territoire communal représentant 2631 m<sup>2</sup> de surface d'affichage : il s'agit essentiellement de publicités scellées ou installées au sol. On relève 280 dispositifs conformes et 105 en infraction.

3604 enseignes ont été recensées sur le territoire de la commune, essentiellement des enseignes parallèles aux murs ; 2937 sont conformes et 667 en infraction.

Les évolutions apportées par la loi ENE et son décret permettent de renforcer les sanctions, notamment financières aux dispositifs en infraction.

## **2.2 Les paysages et leur préservation à travers le RLP**

Une charte paysagère a été réalisée par la ville d'Alès en juillet 2014. On observe 2 interfaces bien identifiables :

- Des pentes et des collines à l'ouest de la commune relativement préservées de l'urbanisation et marquées par des espaces verts et boisés ;
- une plaine urbanisée occupant la majeure partie du territoire d'Alès, fortement marquée par une urbanisation en constante évolution, ainsi que par des activités commerciales et industrielles concentrées à proximité des axes routiers majeur.

La ville a obtenu les « quatre fleurs » du label « villes et villages fleuris » ; cependant certains secteurs sont peu valorisants en termes de paysages. La procédure de révision du RLP s'inscrit dans le projet de valorisation du cadre de vie. Un axe de réflexion sur le paysage a été soulevé par la charte graphique : la réglementation de la publicité et des enseignes.

## **2.3 Les problématiques à aborder dans la révision du RLP**

Le RLP doit permettre d'engager une réflexion sur :

- Les dispositifs lumineux et numérique ;
- Encadrer les enseignes en zone d'activité ;
- Réduire la densité publicitaire sur les axes structurants ;
- Préserver le patrimoine bâti du quartier historique ;
- Maintenir la faible présence de publicité dans les quartiers résidentiels.

A partir de ces problématiques, la ville d'Alès a défini 4 objectifs visant à l'amélioration du cadre de vie en matière de publicité extérieure, à l'amélioration de la qualité paysagère des zones résidentielles et zones d'activités, et à la protection du quartier historique.

## **2.4 Les orientations du RLP**

A partir de ces quatre objectifs, la ville s'est fixé 6 orientations :

- 1 - valoriser le patrimoine du centre historique en limitant la publicité ;
- 2 - en zone d'activités, réglementer les enseignes scellées ou posées au sol ou les enseignes sur clôture ;
- 3 - encadrer les enseignes en centre ville ;

- 4 - limiter et encadrer l'impact de la publicité et des pré-enseignes, en renforçant la règle de densité publicitaire notamment le long des axes structurants ;
- 5 - préserver les zones ou quartiers dans lesquels la publicité est peu présente, notamment dans les zones résidentielles, patrimoniales, architecturales et naturelles ;
- 6 - privilégier l'implantation de dispositifs qualitatifs.

## 2.5 Les choix retenus

Le règlement local de publicité définit des zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

**Trois zones de publicité** ont été définies :

- La ZP1 couvre le centre ville, les faubourgs de la commune, les abords du Gardon et l'avenue d'Anduze ;
- La ZP2 couvre les quartiers résidentiels et d'équipement de la commune ;
- La ZP3 couvre les zones d'activités situées à l'est et le long de la RD60.

Les secteurs situés en dehors de ces 3 zones de publicité sont considérés hors agglomération et les publicités et pré-enseignes y sont interdites.

L'ensemble des publicités et pré-enseignes sont soumises à la plage d'extinction entre 0H00 et 6H00 afin de réaliser des économies et limiter la pollution lumineuse.

La hauteur des dispositifs est fixée à 6 m de haut.

Le règlement fixe également pour chacune de ces zones des règles de densité, et des restrictions en matière de publicité numérique.

En ZP1, compte tenu de ses caractéristiques patrimoniales, la ville d'Alès a décidé d'interdire tout type de publicité, excepté celle apposée sur mobilier urbain.

La ville a également interdit l'implantation de publicité, exceptée celle apposée sur mobilier urbain, dans un rayon de 60 mètres aux abords de certains giratoires structurants l'accès au centre ville et ayant fait l'objet d'aménagements paysagers ; l'objectif est de préserver les perspectives paysagères vers le centre ville.

D'autres prescriptions esthétiques réglementent également l'implantation des publicités et pré-enseignes, notamment sur les murs ou les clôtures.

**Deux zones d'enseignes** sont instituées :

- La ZE1 couvre le centre ville, les faubourgs de la commune les abords du Gardon et l'avenue d'Anduze et les quartiers résidentiels et d'équipement de la commune
- La ZE2 couvre les zones d'activités situées à l'est et le long de la RD60.

Les enseignes sur clôture sont réglementées.

Les enseignes de moins de 1 m<sup>2</sup> scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également réglementées, alors que le code de l'environnement ne prévoit aucune disposition.

Les enseignes numériques sont limitées à un seul dispositif par activité et à 8 m<sup>2</sup>.

Le règlement fixe pour chacune de ces zones (ZP ou ZE), les différentes dispositions applicables correspondant aux orientations fixées : densité, restriction en matière de publicité numérique, hauteur des dispositifs, publicité sur mobilier urbain,...

### **3 ORGANISATION PREPARATION ET EXECUTION DE L'ENQUÊTE**

#### **3.1 Organisation et préparation de l'enquête**

##### **3.1.1 Désignation du commissaire enquêteur :**

Sur la demande de Monsieur le Maire d'Alès, M. BROSSIER, Vice-président du tribunal Administratif de Nîmes a désigné M. Henri LEGRAND, ingénieur divisionnaire des TPE, retraité pour conduire la présente enquête publique par ordonnance n° E 18000164/30 en date du 23 octobre 2018.

##### **3.1.2 Préparation de l'enquête publique :**

**05/11/2018 : remise du dossier** à la mairie d'Alès par M POLGE, en charge du dossier

**Du 29/11/2018 au 05/12/2018**, nous avons échangé par mail et appels téléphoniques avec M. Polge, sur les modalités de l'enquête, le contenu du dossier mis à disposition du public, et sur le contenu de l'arrêté municipal d'ouverture de l'enquête, ainsi que sur l'avis de publicité.

Les dates de l'enquête sont fixées du 07/01/2019 au 06/02/2019.

Les permanences du commissaire-enquêteur sont ainsi fixées ;

Lundi 07/01/2019 de 9H à 12H  
Mercredi 23/01/2019 de 14H à 17H  
Mercredi 06/02/2019 de 14h30 à 17H30.

Elles se tiendront dans les locaux de la mairie d'Alès, siège de l'enquête.

En plus de la version papier, le dossier est consultable par voie dématérialisée  
Toutes les pièces du dossier seront accessibles à une adresse sur le site de la ville d'Alès, (<https://www.ales.fr/vie-quotidienne/urbanisme/reglement-local-de-publicite>).  
Une adresse mail dédiée ([revision.rlp@ville-ales.fr](mailto:revision.rlp@ville-ales.fr)) est mise à disposition pour recevoir les observations du public. Les observations recueillies par voie électronique seront consultables sur la page du site de la ville d'Alès dédiée à l'enquête.  
Un micro-ordinateur est également installé dans la salle des commissions de la mairie d'Alès, siège de l'enquête.

**L'arrêté municipal de mise à l'enquête publique** a été pris sur ces bases le 12/12/2018, en conformité avec l'article R123-9 du code de l'environnement.

**Le 7 Janvier 2019**, avant le début de la première permanence, de 8H30 à 9H00, j'ai ouvert le registre d'enquête et paraphé celui-ci.

#### **3.2 Exécution de l'enquête :**

##### **3.2.1 Publicité et information du public:**

L'avis au public a fait l'objet de quatre insertions dans la presse locale :

Le Midi Libre du 21/12/2018 et du 11/01/2019 ;  
Cévennes magazine du 15/12/2018 et du 12/01/2019.

Cette enquête publique a fait l'objet d'un affichage, à compter du 21/12/2018, soit pendant plus de 15 jours avant le début de l'enquête et pendant toute la durée de l'enquête :

Cet affichage au format A2 sur fond jaune était :

- à la mairie place de l'hôtel de ville, sur le panneau destiné à l'affichage ;
- à la mairie Prim, rue Michelet, sur une vitre près de l'entrée ;
- à l'hôtel de la communauté, bâtiment Atome, rue Michelet, sur le panneau d'affichage ;
- dans la salle où était installé le micro ordinateur et où se tenaient les permanences.

Soit un total de 4 affiches.

L'avis d'enquête était également disponible sur le site internet de la ville d'Alès dédié à cette enquête.

### **3.2.2. Clôture de l'enquête**

Conformément à l'article 4 de l'Arrêté municipal du 12/12/2018, la clôture du registre d'enquête a été faite par le commissaire enquêteur à l'expiration du délai de l'enquête.

### **3.3 Bilan comptable des observations du public :**

J'ai reçu une seule personne lors de la première permanence : un représentant de l'association « Paysages de France », a porté différentes remarques dans le registre qu'il a signées de ses initiales « F.P. » ;

J'ai reçu 2 personnes, à la deuxième permanence : M. André et M. Ravat, tous les deux publicitaires, qui m'ont chacun remis un courrier, annexé au registre.

J'ai reçu 3 personnes, lors de la dernière permanence, des publicitaires : Mme André, gérante de la société « Publicité André », et mère de M. André venu à la deuxième permanence, M. Ravat déjà venu lors de la précédente permanence et M. Simon de la société « JCDECAUX ».

Par ailleurs, il y a eu 5 courriels déposés à l'adresse mail indiquée dans l'arrêté d'ouverture de l'enquête publique, et j'ai reçu 6 courriers.

#### Récapitulatif

- 6 personnes reçues aux permanences ;
- 1 observation dans le registre papier ;
- 5 courriels reçus ;
- 6 courriers reçus.

Soit un total de 12 observations.

### **3.4 P.V. de synthèse. (cf. annexe 1 et 2)**

J'ai notifié dans un procès verbal, le 12 février 2019 conformément à l'article R123-18 du code de l'environnement, la synthèse des observations du public et du commissaire enquêteur en demandant au maire, de produire ses remarques éventuelles (cf. annexe 1).

J'ai reçu les réponses du maître d'ouvrage par mail le 27/02/2019 (cf. Annexe 2), sous forme de mémoire.

Assistaient également, en plus de M. POLGE, à la présentation de la synthèse des observations M. BAVRE Ghislain, Directeur du Pôle Environnement Urbain et du Pôle Développement Durable de la Mairie d'Alès et de la Communauté Alès-agglomération, Mme COUPE Adeline, Responsable du service Propreté et Ambassadeurs de la Mairie d'Alès, et qui prendra en charge la mise en application du RLP.

## **4. OBSERVATIONS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR**

### **4.1 Déroulement de l'enquête**

L'enquête publique s'est déroulée de manière satisfaisante dans le plus grand calme et sans aucun incident.

La publicité dans les journaux, l'arrêté de mise à l'enquête publique et l'affichage de l'avis de mise à l'enquête publique ont été réalisés conformément à la réglementation en vigueur.

La participation du public est faible, mais on constate un taux similaire, pour les autres enquêtes de ce type, ou le public mis à part les associations et professionnels de la publicité, se sent peu concerné ou n'a rien à dire sur le sujet.

### **4.2 Le dossier d'enquête**

La composition du dossier d'enquête est conforme à l'article R581-72 du code de l'environnement. Il a été mis à la disposition du public dans les conditions réglementaires, y compris au regard des nouvelles règles organisant l'enquête dématérialisée.

Les explications fournies sont détaillées et compréhensibles par un public non averti. Le dossier de présentation précise le droit applicable sur le territoire en matière de publicité, présente le diagnostic du parc d'affichage. Les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité sont clairement expliqués et justifiés.

Lors de ma rencontre du 05/11/2018 avec M.Polge, je lui avais indiqué une erreur matérielle sur le document de présentation, page 68 dernier paragraphe : il est indiqué, en contradiction avec le règlement, que les plages d'extinction nocturne des enseignes lumineuses s'appliquait à partir de 23h00, alors qu'il faut lire 0h00.

**Cette erreur sera corrigée dans le document final soumis à l'approbation du conseil municipal.**

### **4.3 Analyse des observations du public.**

#### **Rappel du bilan comptable des observations du public :**

**Nombre d'observations sur le registre papier : 1**

**Nombre de courriers reçus : 6**

**Nombre d'observations sur le registre dématérialisé : 5**

**Soit un total de 12 observations**

**Remarque Générale** : les observations sont numérotées ainsi : Une lettre : R pour registre papier, O pour orale, C pour courrier, @ pour courriel, et suivi d'un chiffre correspondant au numéro d'ordre chronologique.

Le grand public s'est peu intéressé à cette enquête. Seuls 2 afficheurs, ainsi que le représentant de l'association « Paysages de France » ont fait plusieurs remarques

### **Observation R1**

Le représentant de l'association « Paysages de France » a fait plusieurs remarques dans le registre :

- Il s'étonne que les représentants locaux de l'association n'aient pas été sollicités pendant la rédaction du RLP ;
- Il souhaiterait connaître le montant de l'enveloppe de la taxe locale sur la publicité et enseignes (TLPE), ainsi que les contrats passés avec les afficheurs ;
- Il s'inquiète de la tolérance dans les dispositions applicables dans les différentes zones et du relatif dédain envers les publicités numériques qui commencent à apparaître sur la rocade est ;
- Il s'étonne de la mansuétude montrée, lors des réunions à la société Decaux, pour adapter les règles d'affichage en fonction de leur désir. Il estime que cette inquiétude s'explique à la lecture du tableau récapitulatif des délais de mise en conformité au RLP qui acte le fait qu'une infraction peut attendre six ans avant qu'une action soit mise en vue de sa rectification ;
- Il souhaite que les représentants locaux de l'association soient plus impliqués dans les relevés des infractions et dans leur traitement ;
- Enfin, il émet le vœu d'un suivi des préconisations émises par la municipalité d'ici deux ans afin d'évaluer les actions entreprises en vue de lutter contre la pollution visuelle de la publicité sur la commune d'Alès.

### **Observations @1 et @2**

Les 2 auteurs de ces mails se plaignent du mauvais état des panneaux d'affichage de la ville ; ils se disent contre l'autorisation de panneaux côte à côte représentant une surface totale de 24 m<sup>2</sup> en ZP3, (2 panneaux de 12 m<sup>2</sup>), et demandent que le format maximum autorisé soit de 8 m<sup>2</sup>.

Ils s'étonnent également de la présence de 4 panneaux illégaux situés en entrée de ville sur la RN106, présents depuis plusieurs années en toute impunité.

### **Observations C1**

L'auteur de cette observation demande que soit imposé le remplacement des mobiliers mal entretenus par des mobiliers de 8 m<sup>2</sup> et souhaite que la dimension des panneaux soit limitée à 8 m<sup>2</sup> au lieu de 12.

Concernant les écrans digitaux, il s'interroge à savoir si ces panneaux correspondent bien aux normes européennes et nationales en matière de sécurité. Plusieurs personnes auraient subi des éblouissements en voiture.

### **Observation C2**

M. Ravat gérant de la société Cévennes Publicité a des panneaux implantés depuis 1993 chez Mme Lafaye, au niveau du rond-point de La Luquette, sur un terrain situé en partie agglomérée de la ville d'Alès. Or ce terrain ne figure plus dans aucune zone de publicité. Il demande donc de réintégrer ce terrain en ZP3 située à 16 mètres.

### **Observation @3**

M. Rizzo demande par courriel, si les panneaux au format maximum de 8 m<sup>2</sup> devront être mis en place au 01/03/2019, comme il lui semblait que cela avait été acté lors de la phase de concertation.

Pour lui, certains panneaux ont plus de 20 ans et polluent le paysage urbain de la ville. Il se déclare également contre les panneaux côte à côte représentant une surface de 24 m<sup>2</sup> qui dénaturent l'environnement et qui selon lui sont illégaux. Il demande au maire d'intervenir pour les faire démonter.

### **Observation C3**

Mme André, gérante de la société « André » m'a remis un courrier reprenant tous les arguments développés par son fils dans son courrier C1, ainsi que dans les courriels @1 et @2. Elle s'étonne que l'obligation de passer les panneaux au format 8 m<sup>2</sup> ne soit pas retenue.

### **Observation C4**

M. Ravat, gérant de la société Cévennes Publicité, est venu à nouveau me remettre un courrier de 10 pages, dans lequel il répond aux courriers de M. André (C1) et aux 2 courriels (@1 et @2). Il joint des photos montrant le mauvais état des panneaux posés par la société André, et posés hors agglomération. Il a également pris 2 photos à 5h02 montrant un dispositif lumineux encore allumé. Enfin, pour répondre à la présence de 4 panneaux illégaux situés en entrée de ville sur la RN106, (C1 et @1), Il joint les autorisations accordées par la mairie et l'accord obtenu par la DDE en octobre 2005. Pour lui, le passage des panneaux à 8 m<sup>2</sup> ne résoudra pas le nombre de panneaux dont il trouve normal de réduire le nombre.

### **Observation C5**

M. Ravat m'a également remis un courrier de Mme Peredes, gérante de la société « Affichage du Languedoc », dans lequel elle s'étonne que l'entreprise André revienne sur le passage à 8 m<sup>2</sup>, alors que pour elle, dans ce RLP, le format maximum est bien de 12 m<sup>2</sup>

### **Observation C6 et @4**

Il s'agit de 2 dossiers absolument identiques de 22 pages.

Le courrier C6 m'a été remis par M. Simon de la société JCDECAUX, transmis également par mail (@4) le 06/02/2019 à 15h 52. Ces 2 dossiers sont sur papier à en-tête de l'« union de la publicité extérieure » (UPE) signé de leur président M. Dottelonde ; le mail était envoyé par M. Doumerc, juriste de l'UPE

Le point le plus important signalé par M. Simon, lors de notre entretien, concerne le secteur très important de la SNCF situé en ZP1 (avenue du Général Larminat et quai du mas d'Hours), positionné en axe structurant de la ville et en accès à la zone commerciale.

L'impact sur cette zone dans le RLP est 100% de dispositifs non conformes et devant être déposés, soit 17 dispositifs.

Il souhaite préserver une présence sur ce secteur, qu'il juge stratégique et propose plusieurs aménagements.

Il propose des règles de densité sur les publicités situées sur le domaine ferroviaire de la ZP1, comme :

- 1 seul dispositif par emplacement ;
- Une inter distance de 150 mètres entre chaque dispositif, avec aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou une voie ferrée.

Pour lui, « *Ces dispositions permettraient la disparition de 45% des dispositifs sur le domaine privé implantés actuellement en ZP1 tout en maintenant une présence proche d'une zone d'activités importante.* »

Dans leur courrier et leur courriel, les auteurs proposent également des règles de densité plus restrictives que celles du RNP, en ZP2, mais permettant de maintenir une présence et une maîtrise de la communication.

Ils proposent également diverses simplifications des dispositions liées à la densité en ZP3

### **Observation @5**

Il s'agit d'un courriel de 13 pages, transmis par l'association « Paysages de France », le 06/02/2019 à 16h17.

Pour cette association, *ce projet de RLP ne peut être considéré comme apportant la réponse que requiert un tel enjeu, présenté par le dit cabinet d'études comme « majeur », et donc compatible avec une protection acceptable du cadre de vie des populations et des territoires, ni même avec les objectifs fixés par la collectivité elle-même.*

Pour l'association, certaines mesures apparaissent trompeuses, étant présentées comme propres au RLP, alors qu'il s'agit de la reprise des dispositions du code de l'environnement.

L'association juge le projet entaché d'illégalité, que ce soit sur les publicités ou les enseignes dans les différentes zones.

Elle détaille, dans ses 13 pages, tous les articles du projet de RLP qui lui apparaissent soit comme illégaux, soit comme contraires aux objectifs fixés par la collectivité.

### **4.4 -Réponses de la mairie et observations du commissaire-enquêteur**

La mairie a répondu sous forme de mémoire reprenant les thèmes abordés dans les 12 contributions faites durant l'enquête, et représentant 23 remarques analysées (cf. annexe 2)

Le mémoire de 6 pages aborde tous les thèmes abordés dans les observations formulées pendant l'enquête publique :

- Réponse à l'observation R1 de l'association Paysages de France ;
- Panneaux numériques (R1, C1) ;
- Etat du parc de panneaux publicitaires existants(@1, @2, @3) ;
- Panneaux publicitaires côte-à-côte (@1, @2, C1,@3) ;
- Format des panneaux publicitaires (@1, @2, C1, @3, C3) ;
- Relevé des panneaux en infraction (@12, @2, C1) ;
- Zonage de la parcelle CV10 (C2) ;
- Observations professionnelles (C4, C5) ;
- Obligations liées aux données personnelles (C4, C5) ;
- Union de la Publicité Extérieure (UPE) (C6, @4) ;
- Paysages de France (@5) ;
- Suite de la CDNPS.

Le texte intégral de ce mémoire de 6 pages et analysant au total 23 remarques ou propositions figure en annexe 2.

On note un certain nombre de **remarques hors sujet** par rapport à l'objet de l'enquête qui est la révision du RLP, notamment :

- Les demandes de Paysages de France demandant des précisions sur le montant perçu par la collectivité au titre de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) ;
- Les observations C4 et C5 relatives aux mésententes entre publicitaires ;
- Un certain nombre d'observations faites par Paysage de France dans son courriel (@5)

**Cet avis de la commune est entièrement partagé par le commissaire enquêteur.**

D'autres remarques corrigent **des erreurs matérielles** en plus de celle faite par le commissaire-enquêteur à l'article 4.2, notamment celle évoquée dans l'observation C2. La commune rectifiera cette erreur en classant la parcelle en ZP3 dans le document final soumis à l'approbation du Conseil municipal.

**Le commissaire-enquêteur approuve entièrement cette correction.**

**La collectivité a retenu la proposition faite par l'UPE (C6 et @4)** et concernant le secteur positionné entre l'avenue du Général Larminat et le quai du Mas d'Hours (parcelle CV124) qui sera classée en ZP2 au lieu de ZP1, et permettant ainsi au publicitaire présent sur cette parcelle de ne pas avoir à supprimer tous ses panneaux. Cette solution aura pour effet d'encadrer le nombre de panneaux exploités et d'en réduire le nombre par rapport à la situation actuelle.

**Cet avis est entièrement partagé par le commissaire enquêteur.**

A la demande du Président de la **CDNPS**, la **hauteur limite** de 6 m autorisée pour certains dispositifs située dans le secteur du centre-ville sera fixée à 5,5m.

Concernant **l'entretien des panneaux et le nombre important de dispositifs en infraction**, objet de nombreuses remarques, la commune vient de désigner un agent assermenté chargé de vérifier la qualité et la mise en application du RNP, du RLP et du code de l'environnement en matière de publicité.

**Le commissaire enquêteur est très favorable à cette mesure et souhaite que le nombre de panneaux en infraction soit réduit de manière significative le plus rapidement possible comme demandé par la CDNPS.**

Pour la plus part des autres remarques formulées par l'association Paysages de France, le porteur de projet a démontré que le RLP était plus contraignant que le RNP, en expliquant les raisons de son choix.

Pour les demandes formulées par les publicitaires, le responsable du projet a donné toutes les précisions pour lesquelles il ne pouvait accéder à leurs demandes.

**Le responsable du projet a fait des réponses très détaillées et a justifié, pour chaque remarque les raisons de ses choix, qui correspondent aux orientations et objectifs fixés dans la délibération prescrivant la révision du RLP et dans la partie réglementaire du dossier, respectant le code de l'environnement, en étant plus contraignant que le RNP.**

## 4.5 Analyse des observations des PPA et de la CDNPS

**Les différentes personnes publiques associées**, auxquelles le dossier avait été transmis le 03/10/2018, et qui avaient trois mois pour faire connaître leur avis, faute de quoi celui-ci était réputé favorable, n'avaient pas fait connaître leurs observations au 03/01/2019.

La CDNPS s'est réunie le 10 décembre 2018 sous la présidence de M. le Secrétaire Général de la Préfecture du Gard.

Ce compte rendu était joint au dossier soumis à l'enquête publique.

Le représentant de la DDTM indique que *« les orientations présentées dans le rapport de présentation apparaissent conformes aux objectifs de la délibération prescrivant la révision du règlement local de publicité et la partie réglementaire pour le cadre de respecte les dispositions du code de l'environnement. Elles vont vers un bénéfice pour le cadre de vie et l'attractivité des zones d'activité, notamment par l'encadrement en nombre et format des enseignes sur clôtures non réglementées dans le code de l'environnement. »*

Les principales observations sont relatives au nombre important constaté d'infractions à la réglementation.

M. le président émet deux réserves :

- L'adoption à venir de ce règlement local de publicité ne suspend pas aujourd'hui les procédures en cours ou à venir vis-à-vis de ces infractions ;
- Prévoir une réunion à Alès dans le premier trimestre 2019, en sa présence et avec les différents partenaires publicitaires.

L'adjoint au maire d'Alès, représentant la ville, indique que certaines choses sont effectivement à revoir, mais que la volonté politique d'améliorer l'image de la ville reste présente. Elle souhaite que les publicitaires et commerçants se conforment le plus rapidement possible à la réglementation. Elle est favorable à un courrier de rappel de la réglementation.

Sur proposition de M. le président, la commission émet un avis favorable sous les 2 réserves mentionnées plus haut.

### **Observation du commissaire-enquêteur.**

Le commissaire-enquêteur partage le même avis que la commission sur le projet de RLP, et principalement sur la lutte contre les dispositifs en infraction à la réglementation. Il est d'accord sur le principe d'organiser une seconde réunion, après la remise du rapport et des conclusions du commissaire-enquêteur, pour valider le règlement modifié et vérifier que les préconisations et modifications émises par la commission ont bien été prises en compte.

Etabli le 05/03/2019  
Le commissaire-enquêteur



H.LEGRAND

**Département du Gard**

**Commune d'ALES**

REVISION  
DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE  
(RLP)

**ENQUÊTE PUBLIQUE**

DU 07/01/2019 AU 06/02/2019

**TITRE 2**

**AVIS MOTIVE ET CONCLUSION**

**Commissaire-enquêteur : Henri LEGRAND**

# TITRE 2 CONCLUSION ET AVIS MOTIVE

## 1 Objet de l'enquête :

### 1.1Préambule :

La commune d'Alès est située dans le département du Gard et compte 40 000 habitants. Elle est considérée comme la capitale des Cévennes, et est depuis le 01/01/2017 le siège de la communauté d'agglomération regroupant 73 communes pour une population de près de 132 000 habitants.

Elle possède depuis 1992 d'une réglementation spéciale sur la publicité, révisée en 2005. Le plan de zonage actuel comprend 5 zones de publicité restreintes (ZPR) et une zone de publicité autorisée (ZPA) ;

Or, la loi « Grenelle2 » a supprimé les zones de publicité restreinte, les zones de publicité élargie et les zones de publicité autorisée. Le code de l'environnement et l'article L581-14 stipulent que le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

### 1.2Objet de l'enquête et historique de la procédure:

L'objet de l'enquête a pour objet d'informer le public du projet de révision du règlement local de publicité et de lui faire connaître les conditions et lieux où la publicité sera acceptable, ainsi que de recueillir ses observations ou contre-propositions. Elle a été décidée pour les raisons suivantes :

- Protéger le cadre de vie et la valoriser l'image du territoire par des restrictions en matière de publicité extérieure tout en garantissant la liberté d'expression des opérateurs économiques ;
- Mettre à jour l'ancien règlement ;
- Respecter le nouveau régime défini par la loi « Grenelle 2 ».

Il convient, sur ce dernier point de rappeler que les réglementations spéciales en vigueur à la date publication de la loi 2010-788 du 12/07/2010 portant engagement national pour l'environnement restent valables jusqu'à leur révision ou modification pour une durée maximale de 10 ans à compter de cette date ; elles doivent être révisées selon la même procédure que les PLU. Faute d'avoir été révisées ou modifiées, les compétences en matière de police de la publicité seront exercées par le Préfet.

## 2 Dossier d'enquête :

La composition du dossier d'enquête est conforme à l'article R581-72 du code de l'environnement. Il a été mis à la disposition du public dans les conditions réglementaires, y compris au regard des nouvelles règles organisant l'enquête dématérialisée.

Il comprend un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

Le rapport de présentation présente le diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité, explique les choix retenus et explique les motifs de la

délimitation des différentes zones. Il comprenait de plus un chapitre sur le droit applicable au niveau national en matière de publicité extérieure.

Etaient également joints au dossier les différentes délibérations relatives à la concertation et à l'arrêt du projet de RLP.

Lors de ma rencontre du 05/11/2018 avec M.Polge, je lui avais indiqué une erreur matérielle sur le document de présentation, page 68 dernier paragraphe : il est indiqué, en contradiction avec le règlement, que les plages d'extinction nocturne des enseignes lumineuses s'appliquait à partir de 23h00, alors qu'il faut lire 0h00.

**Cette erreur sera corrigée dans le document final soumis à l'approbation du conseil municipal.**

### **3 L'enquête publique :**

Le commissaire-enquêteur a été nommé par le vice-président du Tribunal Administratif par ordonnance E 1800011164/30 du 23/10/2018.

L'ouverture de l'enquête du 07/01/2019 au 06/02/2019 a été prescrite par arrêté municipal du 12/12/2018.

Le commissaire enquêteur a assuré 3 permanences.

En plus de la version papier, le dossier est consultable par voie dématérialisée. Toutes les pièces du dossier seront accessibles à une adresse sur le site de la ville d'Alès, (<https://www.ales.fr/vie-quotidienne/urbanisme/reglement-local-de-publicite>). Une adresse mail dédiée ([revision.rlp@ville-ales.fr](mailto:revision.rlp@ville-ales.fr)) est mise à disposition pour recevoir les observations du public. Les observations recueillies par voie électronique seront consultables sur la page du site de la ville d'Alès dédiée à l'enquête. Un micro-ordinateur est également installé dans la salle des commissions de la mairie d'Alès, siège de l'enquête.

J'ai reçu 1 personnes lors de la première permanence ; 2 personnes à la deuxième permanence et enfin 3 personnes lors de la dernière permanence. Il y a eu 12 observations.

**La participation du public me semble faible : seuls les publicitaires ou associations de protection de l'environnement paraissent concernés, ce qui me paraît un peu regrettable, l'affichage de publicités ou pré-enseignes étant vu par un large public : piétons ou automobilistes, tous concernés par la publicité extérieure**

### **4 Observations du public :**

#### **4.1 La concertation**

Celle-ci s'est déroulée du 9 avril 2018 au 25 avril 2018 sous différentes modalités :

- Information sur le site internet de la ville ;
- Mise à disposition d'un registre permettant de formuler des observations et propositions ;
- Publication dans le journal « Midi Libre » ;
- Organisation de trois réunions : une pour les afficheurs et acteurs économiques, une autre pour les personnes publiques associées, et la dernière pour tout le public.

## **Bilan de cette concertation**

Plusieurs points du projet de RLP ont été pris en compte suite aux remarques faites pendant la concertation : valorisation du centre historique, réglementation sur la publicité lumineuse, et modification des plages d'extinction nocturnes, règles de densité, modification du zonage,...

Tous ces points sont repris dans l'arrêté municipal du 24/09/2018 arrêtant le projet de règlement de publicité local (RLP) et joint au dossier mis à disposition du public.

### **4.2 Observations faites par le public pendant l'enquête**

Les remarques ont été faites par des afficheurs sur la publicité ou les pré-enseignes, mais aucune remarque sur les enseignes.

Le grand public s'est peu intéressé à cette enquête. Seuls 2 publicitaires, ainsi que le représentant de l'association « Paysages de France » ont fait les principales remarques.

**Le dossier final qui sera soumis à l'approbation du conseil municipal corrige quelques erreurs matérielles relevées pendant l'enquête, prend en compte certaines remarques faites, explicite de façon très détaillée les réponses aux autres remarques dans le respect des orientations fixées pour l'élaboration du document, et reprises dans la partie réglementaire du dossier de révision, en fixant des règles plus contraignantes que le RNP.**

## **5 Observations des P.P.A.et de la CDNPS :**

**Les différentes personnes publiques associées**, auxquelles le dossier avait été transmis le 03/10/2018, et qui avaient trois mois pour faire connaître leur avis, faute de quoi celui-ci était réputé favorable, n'avaient pas fait connaître leurs observations au 03/01/2019.

**La CDNPS** s'est réunie le 10 décembre 2018 sous la présidence de M. le Secrétaire Général de la Préfecture du Gard.

Ce compte rendu était joint au dossier soumis à l'enquête publique.

Le représentant de la DDTM indique que *« les orientations présentées dans le rapport de présentation apparaissent conformes aux objectifs de la délibération prescrivant la révision du règlement local de publicité et la partie réglementaire pour le cadre de respecte les dispositions du code de l'environnement. Elles vont vers un bénéfice pour le cadre de vie et l'attractivité des zones d'activité, notamment par l'encadrement en nombre te format des enseignes sur clôtures non réglementées dans le code de l'environnement. »*

Les principales observations sont relatives au nombre important constaté d'infractions à la réglementation.

M. le président émet deux réserves :

- L'adoption à venir de ce règlement local de publicité ne suspend pas aujourd'hui les procédures en cours ou à venir vis-à-vis de ces infractions ;
- Prévoir une réunion à Alès dans le premier trimestre 2019, en sa présence et avec les différents partenaires publicitaires ?

L'adjoint au maire d'Alès, représentant la ville, indique que certaines choses sont effectivement à revoir, mais que la volonté politique d'améliorer l'image de la ville reste présente. Elle souhaite que les publicitaires et commerçants se conforment le plus rapidement possible à la réglementation. Elle est favorable à un courrier de rappel de la réglementation.

Sur proposition de M. le président, la commission émet un avis favorable sous les 2 réserves mentionnées plus haut.

#### **Observation du commissaire-enquêteur.**

Le commissaire-enquêteur partage le même avis que la commission sur le projet de RLP, et principalement sur la lutte contre les dispositifs en infraction à la réglementation. Il est d'accord sur le principe d'organiser une seconde réunion, après la remise du rapport et des conclusions du commissaire-enquêteur, pour valider le règlement modifié et vérifier que les préconisations et modifications émises par la commission ont bien été prises en compte. Un simple courrier de rappel, comme préconisé par l'adjoint au maire ne semble pas une mesure suffisante ; il convient d'utiliser les procédures permises par le code de l'environnement.

## **6 Analyse objective du projet. :**

La réglementation sur la publicité a été instituée en 1970 ; la loi ENE l'a profondément modifiée. Le règlement local permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques du territoire, **tout en étant plus restrictif que celle-ci.**

La procédure d'élaboration ou révision d'un RLP est identique à celle retenue pour les PLU.

Les 4 objectifs et les 6 orientations qui en découlent visent tous à valoriser le cadre de vie et la qualité paysagère de la ville, et conserver la « quatrième fleur » du label « villes et villages ».

De plus, l'élaboration de ce document permettra à la commune de conserver la compétence en matière d'instruction et de police qu'elle détient actuellement.

Le RLP respecte les préconisations du Porté à connaissance des services de l'Etat.

**Le zonage et la partie réglementaire sont en cohérence avec les orientations définies par la collectivité et ayant fait l'objet d'une concertation.**

Cependant, il reste **un point négatif** souligné par la CDNPS et concernant le nombre de dispositifs,- publicités, pré enseignes et enseignes-, en infraction. Cette remarque a fait l'objet d'une réserve de la CDNPS. **La commune doit mettre rapidement en place les moyens et s'engager à agir sur les publicitaires et commerçants pour qu'ils se conforment le plus rapidement possible à la réglementation.**

La phase de concertation ainsi que l'enquête ont permis d'établir un projet répondant à toutes les remarques, corrigeant quelques erreurs matérielles et précisant les raisons pour lesquelles certaines remarques ne pouvaient pas être prises en compte. Il s'agit d'un travail collectif, associant avec la collectivité, les usagers, les associations et les publicitaires et garantissant leur liberté d'expression.

Cependant, mais à part ce point négatif, **le projet présente bien un intérêt général** pour la qualité du cadre de vie et l'impact visuel de la commune.

## 7 Avis motivé :

### *En constatant que :*

- L'élaboration d'un règlement local de publicité nécessite une enquête publique et que la procédure d'élaboration de ce document est identique à celle retenue pour le PLU.
- Les objectifs fixés dans la délibération prescrivant l'élaboration du RLP sont atteints.
- L'information du public a été conforme aux textes réglementaires en vigueur.
- La phase de concertation préalable à l'arrêt du projet a été réalisée conformément à l'arrêté prescrivant l'élaboration du RLP et a été jugée favorable par le conseil municipal.
- Le dossier présenté à l'enquête publique était complet et réglementaire.
- L'enquête s'est déroulée de façon satisfaisante.
- L'arrêté municipal de mise à l'enquête public a été intégralement respecté

### *En considérant que :*

- Le rapport de présentation reprend et traite d'une manière complète et détaillée les objectifs et orientations de la révision du RLP.
- Le règlement et le zonage sont conformes aux orientations définies par le conseil municipal et reprises dans le rapport de présentation.
- Les enjeux environnementaux sont traités et leurs effets analysés et évalués.
- Toutes les observations du public ont été analysées et présentées au maître d'ouvrage par le commissaire enquêteur dans le PV de synthèse.
- Le maître d'ouvrage a répondu à toutes les observations faites par le public, En conséquence, une réponse détaillée a été apportée aux remarques inscrites dans le registre mis à disposition du public et aux courriers et courriels reçus.
- Les Personnes publiques associées n'ont pas fait de remarques sur le projet.
- La CDNPS a émis un avis favorable avec deux réserves portant sur les dispositifs très nombreux en infraction.
- Il est nécessaire et très important de suivre les réserves de la CDNPS, concernant le nombre important de panneaux et enseignes en infraction.
- Le nouveau règlement garantit la liberté d'expression des opérateurs économiques.

## **8 Conclusion :**

Pour toutes ces considérations et les raisons évoquées dans mon rapport, résumées dans mon avis motivé et après avoir entendu le maître d'ouvrage, et le public, et étudié avec attention les documents présentés au public, et analysé les observations formulées par le public et la CDNPS, ainsi que les réponses apportées par le maître d'ouvrage, je donne un

**AVIS FAVORABLE**  
**au projet de règlement local de publicité de la commune**  
**d'Alès,**

**assorti de la réserve suivante :**

**S'engager, soit dans le rapport, soit dans la délibération approuvant le RLP à prendre des mesures efficaces en vue de réduire de manière importante et significative, et dans des délais les plus brefs possibles, les dispositifs en infraction, et en précisant les moyens mis en œuvre afin d'atteindre cet objectif.**

Etabli le 05/03/2019  
Le commissaire-enquêteur



Henri LEGRAND

## Liste des annexes

Annexe 1 : PV de synthèse des observations.

Annexe 2 : Mémoire en réponse au PV de synthèse

**Annexe 1 : PV de synthèse des observations.**

# Commune d'ALES

REVISION

DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE  
(RLP)

## ENQUÊTE PUBLIQUE

DU 07/01/2019 AU 06/02/2019

**Procès-verbal de synthèse établi conformément à l'article R123-18 du code  
de l'environnement  
et notifié le 12 janvier 2019.**

### **Bilan comptable des observations du public :**

J'ai reçu une seule personne lors de la première permanence : un représentant de l'association « Paysages de France », a porté différentes remarques dans le registre qu'il a signées de ses initiales « F.P. » ;

J'ai reçu 2 personnes, à la deuxième permanence : M. André et M. Ravat, tous les deux publicitaires, qui m'ont chacun remis un courrier, annexé au registre.

J'ai reçu 3 personnes, lors de la dernière permanence, des publicitaires : Mme André, gérante de la société « Publicité André », et mère de M. André venu à la deuxième permanence, M. Ravat déjà venu lors de la précédente permanence et M. Simon de la société « JCDECAUX ».

Par ailleurs, il y a eu 5 courriels déposés à l'adresse mail indiquée dans l'arrêté d'ouverture de l'enquête publique.

### **Récapitulatif**

- 6 personnes reçues aux permanences ;
- 1 observation dans le registre papier ;
- 5 courriels reçus ;
- 6 courriers reçus.

Soit un total de 12 observations.

**Remarque Générale** : les observations sont numérotées ainsi :  
Une lettre : R pour registre papier, O pour orale, C pour courrier, @ pour courriel, et suivi d'un chiffre correspondant au numéro d'ordre chronologique.

Le grand public s'est peu intéressé à cette enquête.

Cinq observations (@1, @2, @3, C1, C3) portent sur le format des panneaux, qui, selon leurs auteurs, devrait être de 8 m<sup>2</sup> au lieu de 12 comme prévu dans le projet de RLP.

### **Observation R1**

Le représentant de l'association « Paysages de France » a fait plusieurs remarques dans le registre :

- Il s'étonne que les représentants locaux de l'association n'aient pas été sollicités pendant la rédaction du RLP ;
- Il souhaiterait connaître le montant de l'enveloppe de la taxe locale sur la publicité et enseignes (TLPE), ainsi que les contrats passés avec les afficheurs ;
- Il s'inquiète de la tolérance dans les dispositions applicables dans les différentes zones et du relatif dédain envers les publicités numériques qui commencent à apparaître sur la rocade est ;
- Il s'étonne de la mansuétude montrée, lors des réunions à la société Decaux, pour adapter les règles d'affichage en fonction de leur désir. Il estime que cette inquiétude s'explique à la lecture du tableau récapitulatif des délais de mise en conformité au RLP qui acte le fait qu'une infraction peut attendre six ans avant qu'une action soit mise en vue de sa rectification ;
- Il souhaite que les représentants locaux de l'association soient plus impliqués dans les relevés des infractions et dans leur traitement ;
- Enfin, il émet le vœu d'un suivi des préconisations émises par la municipalité d'ici deux ans afin d'évaluer les actions entreprises en vue de lutter contre la pollution visuelle de la publicité sur la commune d'Alès.

### **Observations @1 et @2**

Les 2 auteurs de ces mails se plaignent du mauvais état des panneaux d'affichage de la ville ; ils se disent contre l'autorisation de panneaux côte à côte représentant une surface totale de 24 m<sup>2</sup> en ZP3, (2 panneaux de 12 m<sup>2</sup>), et demandent que le format maximum autorisé soit de 8 m<sup>2</sup>.

Ils s'étonnent également de la présence de 4 panneaux illégaux situés en entrée de ville sur la RN106, présents depuis plusieurs années en toute impunité.

### **Observations C1**

L'auteur de cette observation, M. André, demande que soit imposé le remplacement des mobiliers mal entretenus par des mobiliers de 8 m<sup>2</sup> et souhaite que la dimension des panneaux soit limitée à 8 m<sup>2</sup> au lieu de 12.

Concernant les écrans digitaux, il s'interroge à savoir si ces panneaux correspondent bien aux normes européennes et nationales en matière de sécurité. Plusieurs personnes auraient subi des éblouissements en voiture.

### **Observation C2**

M. Ravat gérant de la société Cévennes Publicité a des panneaux implantés depuis 1993 chez Mme Lafaye, au niveau du rond-point de La Luquette, sur un terrain situé en partie agglomérée de la ville d'Alès. Or ce terrain ne figure plus dans aucune zone de publicité. Il demande donc de réintégrer ce terrain en ZP3 située à 16 mètres.

### **Observation @3**

M. Rizzo demande par courriel, si les panneaux au format maximum de 8 m<sup>2</sup> devront être mis en place au 01/03/2019, comme il lui semblait que cela avait été acté lors de la phase de concertation.

Pour lui, certains panneaux ont plus de 20 ans et polluent le paysage urbain de la ville.

Il se déclare également contre les panneaux côte à côte représentant une surface de 24 m<sup>2</sup> qui dénaturent l'environnement et qui selon lui sont illégaux.

Il demande au maire d'intervenir pour les faire démonter.

### **Observation C3**

Mme André, gérante de la société « André » m'a remis un courrier reprenant tous les arguments développés par son fils dans son courrier C1, ainsi que dans les courriels @1 et @2. Elle s'étonne que l'obligation de passer les panneaux au format 8 m<sup>2</sup> ne soit pas retenue.

### **Observation C4**

M. Ravat, gérant de la société Cévennes Publicité, est venu à nouveau me remettre un courrier de 10 pages, dans lequel il répond aux courriers de M. André (C1) et aux 2 courriels (@1 et @2). Il joint des photos montrant le mauvais état des panneaux posés par la société André, et posés hors agglomération Il a également pris 2 photos à 5h02 montrant un dispositif lumineux encore allumé. Enfin, pour répondre à la présence de 4 panneaux illégaux situés en entrée de ville sur la RN106 (C1 et @1), Il joint les autorisations accordées par la mairie et l'accord obtenu par la DDE en octobre 2005.

Pour lui, le passage des panneaux à 8 m<sup>2</sup> ne résoudra pas le nombre de panneaux dont il trouve normal de réduire le nombre.

### **Observation C5**

M. Ravat m'a également remis un courrier de Mme Peredes, gérante de la société « Affichage du Languedoc », dans lequel elle s'étonne que l'entreprise André revienne sur le passage à 8 m<sup>2</sup>, alors que pour elle, dans ce RLP, le format maximum est bien de 12 m<sup>2</sup>

### **Observation C6 et @4**

Il s'agit de 2 dossiers absolument identiques de 22 pages.

Le courrier C6 m'a été remis par M. Simon de la société JCDECAUX, transmis également par mail (@4) le 06/02/2019 à 15h 52. Ces 2 dossiers sont sur papier à en-tête de l' « union de la publicité extérieure » (UPE) signé de leur président M. Dottelonde ; le mail était envoyé par M. Doumerc, juriste de l'UPE.

Le point le plus important signalé par M. Simon, lors de notre entretien, concerne le secteur très important de la SNCF situé en ZP1 (avenue du Général Larminat et quai du mas d'Hours), positionné en axe structurant de la ville et en accès à la zone commerciale. L'impact sur cette zone dans le projet de RLP est 100% de dispositifs non conformes et devant être déposés, soit 17 dispositifs.

Il souhaite préserver une présence sur ce secteur, qu'il juge stratégique et propose plusieurs aménagements.

Il propose des règles de densité sur les publicités situées sur le domaine ferroviaire de la ZP1, comme :

- 1 seul dispositif par emplacement ;
- Une inter distance de 150 mètres entre chaque dispositif, avec aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou une voie ferrée.

Pour lui, « *Ces dispositions permettraient la disparition de 45% des dispositifs sur le domaine privé implantés actuellement en ZP1 tout en maintenant une présence proche d'une zone d'activités importante.* »

Dans leur courrier et leur courriel, les auteurs proposent également des règles de densité plus restrictives que celles du RNP, en ZP2, mais permettant de maintenir une présence et une maîtrise de la communication.

Ils proposent également diverses simplifications des dispositions liées à la densité en ZP3

### **Observation @5**

Il s'agit d'un courriel de 13 pages, transmis par l'association « Paysages de France », le 06/02/2019 à 16h17.

Pour cette association, « *ce projet de RLP ne peut être considéré comme apportant la réponse que requiert un tel enjeu, présenté par le dit cabinet d'étude comme « majeur », et donc compatible avec une protection acceptable du cadre de vie des populations et des territoires, ni même avec les objectifs fixés par la collectivité elle-même.* »

Pour l'association, certaines mesures apparaissent trompeuses, étant présentées comme propres au RLP, alors qu'il s'agit de la reprise des dispositions du code de l'environnement. L'association juge le projet entaché d'illégalité, que ce soit sur les publicités ou les enseignes dans les différentes zones.

Elle détaille, dans ses 13 pages, tous les articles du projet de RLP qui lui apparaissent soit comme illégaux, soit comme contraires aux objectifs fixés par la collectivité.

### **Analyse des observations des PPA et de la CDNPS**

**Les différentes personnes publiques associées**, auxquelles le dossier avait été transmis le 03/10/2018, et qui avaient trois mois pour faire connaître leur avis, faute de quoi celui-ci était réputé favorable, n'avaient pas fait connaître leurs observations au 03/01/2019.

**La CDNPS** s'est réunie le 10 décembre 2018 sous la présidence de M. le Secrétaire Général de la Préfecture du Gard.

Ce compte rendu était joint au dossier soumis à l'enquête publique.

Les principales observations sont relatives au nombre important constaté d'infractions à la réglementation.

M. le président émet deux réserves :

- L'adoption à venir de ce règlement local de publicité ne suspend pas aujourd'hui les procédures en cours ou à venir vis-à-vis de ces infractions ;
- Prévoir une réunion à Alès dans le premier trimestre 2019, en sa présence et avec les différents partenaires publicitaires.

---

Je souhaiterais conformément à l'article R123-18 du code de l'environnement et à l'article 13 de l'arrêté préfectoral de mise à l'enquête, connaître vos remarques éventuelles et la suite que vous comptez réserver à ces observations, ainsi que **les mesures que compte prendre la ville**

pour réduire le nombre de dispositifs en infraction, comme cela est par ailleurs demandé par la CDNPS

Nom et signature du responsable de projet  
ou de son représentant  
reçu le 12/02/2019



Le commissaire-enquêteur

H. LEGRAND

## **Annexe 2 : Mémoire en réponse au PV de synthèse**

Alès, le 26 février 2019

**POLE ENVIRONNEMENT URBAIN**

**Directeur : Ghislain BAVRE**

**Service Paysage**

Affaire suivie par : **Thierry POLGE**

Tél. : 04 34 24 71 00

Fax : 04 66 56 10 39

e.mail : [thierry.polge@ville-ales.fr](mailto:thierry.polge@ville-ales.fr)

**MÉMOIRE EN RÉPONSE AUX OBSERVATIONS DÉPOSÉES  
LORS DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE RELATIVE A LA RÉVISION  
DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP) DE LA VILLE  
D'ALES ET RÉSUMÉES DANS LE PROCÈS VERBAL DE  
SYNTHÈSE DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR  
s/c du directeur du Pôle Environnement Urbain**

**RÉPONSES AUX OBSERVATIONS REÇUES LORS DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE**

Le dossier de projet de Règlement Local de Publicité arrêté par la Ville d'Alès par la délibération n° 18\_04\_25 en date du 24 septembre 2018, a été transmis aux Personnes Publiques Associées (PPA) et la Commission Départementale de la Nature, du Patrimoine et des Sites (CDNPS), et reçu le 3 octobre 2018.

Ces personnes disposaient d'un délai de trois mois pour émettre un avis.

Lors de la CDNPS qui s'est tenue le 10 décembre 2018, un accord de principe avec réserves a été délivré.

**Numérotation des observations :**

La numérotation des observations reprend celle fixée par le commissaire enquêteur dans son PV de synthèse (une lettre : R pour registre papier, O pour orale, C pour courrier, @ pour courriel, suivie d'un chiffre correspondant à l'ordre chronologique).

**Observation R1 – Association Paysage de France (R1) :**

1. Le représentant local de l'Association Paysage de France s'étonne que l'association n'ait pas été sollicitée pendant la rédaction du RLP.

Lors d'une rencontre avec le service Paysage de la ville d'Alès en date du 31/12/2017, il leur a été présenté l'état d'avancement de la révision ainsi que les étapes à venir et stipulé que la page du site internet serait actualisée en même temps que l'avancement de la procédure. Ils ont également demandé à ce que les courriers d'invitations pour la concertation leurs soient envoyés au siège social.

p1/6



2. L'Association Paysage de France souhaite connaître les éléments factuels concernant la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) et sur les contrats passés avec les afficheurs. La TLPE est régie par le Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT). La réglementation sur la publicité extérieure est régie par le Code de l'Environnement. Ces deux dossiers sont donc distincts.

Il n'y a donc pas lieu d'évoquer les éléments fiscaux liés à la TLPE, lorsque l'objet du RLP est de fixer des conditions d'implantation et de dimensions des dispositifs publicitaires.

3. L'Association Paysage de France considère les dispositions proposées par le projet de RLP de la Ville d'Alès comme « tolérantes ».

De manière générale, le RLP est instauré pour ajouter des restrictions non prévues par le Code de l'Environnement (Règlement National de Publicité).

Par ailleurs, les règles du RLP en terme de densité des panneaux publicitaires sont plus strictes que celles du Règlement National de Publicité (RNP).

En ZP1, seul le mobilier urbain est autorisé. En effet, il est impossible d'exclure tout type de publicité, ce qui serait assimilé à une interdiction absolue, source de contentieux.

En ZP2, les possibilités d'implantation sont très encadrées, car il faut un linéaire minimum de 40 m et un seul dispositif sera autorisé par unité foncière.

En ZP3, la densité instaurée par le RNP est complétée par une limitation à 3 dispositifs.

3.1. L'Association Paysage de France s'étonne de la mansuétude montrée à la société JC DECAUX.

La société JC DECAUX est l'un des publicitaires les plus impactés par le découpage des zones et les règles de densité.

Les dires de l'Association Paysage de France ne sont donc pas fondés. Par ailleurs, les dispositifs publicitaires n'ont que 2 ans à l'issue de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité. Le délai de 6 ans bénéficie seulement aux enseignes.

#### **Panneaux numériques – règle d'encadrement (R1, C1) :**

4. Plusieurs observations font mention d'une inquiétude liée aux nouveaux dispositifs de publicité numérique : possibilité de limiter l'éblouissement lié aux séquences diffusées ; manque d'intérêt porté par le RLP sur ces dispositifs.

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que le décret du 30 janvier 2012 prévoient un arrêté ministériel qui encadrera notamment les seuils maximaux de luminance et l'efficacité lumineuse des sources d'éclairage utilisées. Cet arrêté ministériel n'a pas encore été publié. Dans l'attente de sa publication, il est très difficile de recourir à un enjeu de sécurité routière. La commune de Vandoeuvre-lès-Nancy a tenté de s'opposer à l'installation d'un panneau publicitaire numérique, en motivant sa décision par plusieurs moyens, dont la sécurité routière. La Cour Administrative d'Appel de Nancy lui a donné tort (1ère Chambre, Arrêt n° 16NC00986 du 18 mai 2017).

Il est important de rappeler que l'interdiction générale et absolue des publicités numériques n'est pas autorisée dans le cadre d'un RLP.

Par ailleurs, des discussions avec les exploitants de publicités numériques ont été menées afin d'évoquer le problème des flashes. Cela a produit des effets, suite au réglage de certains panneaux. A l'avenir, toute nouvelle situation problématique serait traitée selon la même démarche de conciliation.

La jurisprudence est donc défavorable pour invoquer l'enjeu de sécurité routière.

## **Etat du parc de panneaux publicitaires existants (@1, @2, @3) :**

5. L'état de certains panneaux est mis en avant dans plusieurs observations. Par ailleurs, certains contributeurs font valoir l'opportunité d'un changement de format vers du 8 m<sup>2</sup>, au lieu du 12 m<sup>2</sup> actuellement employé, pour imposer le remplacement par du matériel qualitatif. L'article R581-24 du Code de l'Environnement stipule « Les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent. ». Le Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure (Ministère de l'Ecologie, du Développement durable et de l'Energie du 2 avril 2014) stipule « Affiches durablement décollées, dispositifs d'affichage incomplets ou devenus dangereux, éclairages ou écrans défectueux se trouvent donc en infraction. »  
La personne assermenté vérifiera la qualité et la mise en application du RNP afin de faire appliquer le Code de l'Environnement.

## **Panneaux publicitaires côte-à-côte (@1, @2, C1, @3) :**

6. L'étonnement d'une possibilité laissée aux publicitaires d'installer deux panneaux côte-à-côte est mis en avant dans plusieurs observations.  
Le RNP ne prévoit pas de règles quant à la disposition des panneaux entre-eux lorsque plusieurs peuvent être installés sur la même unité foncière. En apportant une restriction de seulement deux panneaux côte-à-côte, la Ville d'Alès est ainsi plus exigeante que le RNP.  
Afin de sécuriser la règle des panneaux côte-à-côte, la partie réglementaire sera ainsi complétée : « Sur l'unité foncière, les dispositifs publicitaires peuvent être installés soient :  
- En respectant une règle d'interdistance de 20m entre chaque dispositif ;  
- En autorisant deux dispositifs publicitaires installés côte-à-côte et dans le cas où un troisième dispositif peut être installé sur l'unité foncière, celui-ci devra respecter une règle d'interdistance de 20m par rapport aux dispositifs publicitaires déjà installés sur celle-ci. »

## **Format des panneaux publicitaires (@1, @2, C1, @3, C3) :**

7. Plusieurs observations réclament un changement de format vers du 8 m<sup>2</sup>, au lieu du 12 m<sup>2</sup> actuellement employé. Ils s'étonnent que que cette proposition n'ait pas été prise en compte lors de la concertation.  
Le format 8 m<sup>2</sup> proposé par Publicité André lors de la concertation n'a pas été retenu. En effet, le projet arrêté n'en tient pas compte.

## **Relevés de panneaux en infraction (@1, @2, C1) :**

8. Plusieurs observations citent des dispositifs qualifiés d'illégaux.  
Un agent assermenté de la Ville d'Alès est chargé de la mise en application du RLP. Chaque dispositif signalé suspect fera l'objet d'un examen approfondi. D'ores et déjà une vingtaine de courriers de rappel à la réglementation ont été envoyés dont pour certains des démontages en cours.

## **Zonage parcelle CV107 (C2) :**

9. Cévennes Publicité s'étonne que la parcelle CV107 sur laquelle il exploite des panneaux ne figure dans aucune zone de publicité. Il demande que cette parcelle soit intégrée à la ZP3.  
Le projet présenté lors de la concertation intégrait cette parcelle à l'agglomération et en zone de publicité ZP2. Il s'agit d'une erreur, liée aux versions successives des documents, qui sera rectifiée dans le cadre de l'approbation du projet.

## **Observations professionnelles (C4, C5) :**

10. Certaines observations transmises par les publicitaires font état des mésententes entre publicitaires.

Ces échanges n'ont pas lieu d'être mentionnés dans le bilan de l'enquête publique. Par ailleurs, un des panneaux dénoncé comme étant mal entretenu et hors agglomération se trouve sur Saint-Martin-de-Valgalgues et non sur Alès.

## **Obligations liées aux données personnelles (C4, C5) :**

11. Les dispositions de l'enquête publique qui s'est déroulée sont la déclinaison du Code de l'Urbanisme et du Code de l'Environnement. Elles ont été rappelées dans l'arrêté municipal d'ouverture n° 2018/01384 en date du 12 décembre 2018, dans l'avis d'ouverture d'enquête présent sur les affichages officiels de la Mairie pendant toute la durée de l'enquête et publiés dans deux journaux d'annonces légales. Il est donc fait obligation au responsable du projet de rendre visible au jour le jour les commentaires parvenus par voie dématérialisée (courrier). La Mairie d'Alès a fait le choix d'utiliser le site internet de la Ville pour relayer ces commentaires. Hors, le Délégué à la Protection des Données (DPO) nous a demandé de supprimer les données personnelles qui figuraient sur les courriels dans le cadre de la protection des données personnelles.

## **Courrier 6 et courriel 4 – Union de la Publicité Extérieure (UPE) (C6, @4) :**

12. Infractions engendrées par le RLP. L'UPE s'inquiète des infractions engendrées par le RLP et des répercussions sur les pertes d'activités de ses adhérents exerçant dans la publicité. Elle prend le cas d'un de ses adhérents pour illustrer la sévérité du projet de RLP. Ce publicitaire fait parti des plus impactés par les dispositions du projet de RLP. Le RLP vient en complément du RNP, toutes les répercussions ne sont donc pas la seule conséquence des projets des règles locales. Toutes les répercussions ne sont donc pas la conséquence des projets de règles locales.

13. Aspect esthétique des panneaux publicitaires. L'UPE s'inquiète d'une évocation trop vague pour définir l'aspect esthétique requis pour les panneaux publicitaires, et du risque d'interprétation juridique qui en découle. Selon l'UPE, cela fait planer un risque juridique sur le projet. Cette question a déjà été soulevée et écartée en concertation. La proposition de l'UPE d'apporter plus de précision sur l'aspect esthétique est par ailleurs en contradiction avec sa proposition suivante de l'abandon d'une liste positive de bardages (point 14).

14. Bardage de la face non utilisée du panneau. L'UPE propose l'abandon d'une liste positive de bardages de la face non utilisée du panneau. Afin de prendre en compte cette observation, la Ville d'Alès retirera de son projet la liste limitative des bardages pouvant être utilisés. Cependant, l'aspect esthétique de ces bardages sera maîtrisé par l'ajout d'une nouvelle disposition : « La couleur du bardage devra être similaire à la couleur du cadre ».

15. Règles sur le domaine ferroviaire en ZP1. L'UPE s'inquiète des infractions engendrées par le RLP et des répercussions sur les pertes d'activités de ses adhérents exerçant dans la publicité. Elle prend le cas d'un de ses adhérents pour illustrer la sévérité du projet de RLP. Compte-tenu des règles déjà prévues pour le domaine ferroviaire en ZP2 qui permettent d'encadrer le nombre de panneaux exploités et de réduire leur nombre par rapport à la situation actuelle, il est décidé de reclasser le tronçon du domaine ferroviaire entre la parcelle riveraine cadastrée CV124 (6 avenue Général de Larminat) et la parcelle riveraine BY22 (4 avenue Général de Larminat), de la ZP1 vers la ZP2.

16. Règle de densité dans la zone ZP2. L'UPE considère la règle de densité projetée en ZP2 trop restrictive.

Hors une étude cadastrale sur l'intégralité de la Ville d'Alès fait ressortir qu'un tiers des possibilités d'implantation des panneaux publicitaires se situe en ZP2, sur la base du projet présenté. Ce qui représente un bon équilibre avec la ZP3 (zones d'activités) où l'installation des publicités est plus attendue.

De plus, le calcul de l'UPE est erroné, car il faut prendre en compte les unités foncières et non les parcelles.

Enfin, les infractions engendrées seront réparties à parts égales entre les trois zones, ainsi que le RNP.

17. Règle de densité sur le domaine ferroviaire en ZP2.

L'ajout de la mention « aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée », proposée par l'UPE ne vise qu'à maintenir le maximum de panneaux sur un tronçon du domaine SNCF, où actuellement la quantité totale de dispositifs est significative. Par ailleurs, le droit d'exploiter le domaine SNCF n'est attribué qu'à un seul publicitaire. La retouche de cette règle pourrait donc être assimilée à du « favoritisme », alors que le RLP doit apporter des solutions à des problématiques globales sans fausser la libre concurrence.

18. Règle de densité dans la zone ZP3. L'UPE réclame une clarification de la formulation de la règle de densité en ZP3, afin d'éviter une insécurité juridique (également évoqué dans @5).

C'est justement afin d'exclure une insécurité juridique que cette disposition est rédigée à l'identique du RNP, avec l'ajout d'un maximum.

### **Courriel 5 – Paysage de France (@5) :**

19. Format des enseignes hors agglomération. L'Association Paysage de France fait remarquer que dans la rédaction actuelle du projet de RLP, il est permis des enseignes scellées au sol de 12 m<sup>2</sup> hors agglomération, ce qui est contraire au RNP.

Il s'agit en effet d'une erreur de rédaction et d'articulation des articles entre eux. Il faudra donc apporter une correction pour rectifier cette erreur et rétablir la règle du RNP qui limite le format des enseignes scellées au sol hors agglomération à 6 m<sup>2</sup>.

20. Règle de densité dans la zone ZP2. L'Association Paysage de France invoque l'inexistence de règles limitatives pour les publicités installées en ZP2.

En théorie, le RNP permet d'installer le premier panneau scellé au sol à partir d'un linéaire de 6 m. Il est ensuite possible d'installer un dispositif supplémentaire, à partir d'un linéaire de 40 m, puis à nouveau, un dispositif supplémentaire, à partir d'un linéaire de 80 m, et enfin un dispositif supplémentaire à chaque tranche entamée de 80 m de linéaire.

Hors, le RLP n'autorise qu'un panneau au-delà de 40 m de linéaire, ce qui est limitatif. A mettre en lien avec le point 16.

21. Autres propositions. Les autres proposition soulignées par l'Association Paysage de France ne peuvent pas être prises en compte.

### **Suite de la CDNPS :**

#### **Micro affichage :**

22. Un représentant d'une société de publicité présent à la CDNPS soulève une complexité liée au micro-affichage au sein de la zone ZP1 : son propos a été retranscrit ci-après =>Compte-tenu de la ré-introduction de la publicité, limitée au mobilier urbain, dans les abords des monuments historiques, situés en ZP1, et de l'interdiction de toute autre forme de publicité excepté le mobilier urbain en ZP1, il en découle que la partie de la ZP1 non couverte par les abords des monuments

historiques fait l'objet d'une interdiction des dispositifs de micro-affichage. Cela crée deux régimes distincts pour le micro-affichage au sein de la ZP1. Par ailleurs, cette disposition est plus restrictive que le Code de l'Environnement (article R581-57) pour la partie de la ZP1 non couverte par les abords des monuments historiques.<=

L'interdiction des dispositifs de petit format intégrés à des devantures commerciales est levée par l'article L581-8 du Code de l'Environnement pour les abords des monuments historiques. Le projet de RLP arrêté pose une dérogation à l'article R.581-8 du Code de l'Environnement en réintroduisant la publicité sur mobilier urbain aux abords des monuments historiques. Par ailleurs, la publicité est interdite en ZP1, excepté à titre accessoire sur le mobilier urbain. Il faut en déduire que pour la partie de la ZP1 non couverte par les abords des monuments historiques, le micro-affichage est interdit. L'article L581-14 du Code de l'Environnement énonce : « Sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. ». Il est donc possible d'être plus restrictif que le Code de l'Environnement dans la partie de la ZP1 non couverte par les abords des monuments historiques, donc d'interdire le micro-affichage. Cependant, dans la partie de la ZP1 couverte par les abords des monuments historiques, il n'est pas possible d'interdire le micro-affichage, raison pour laquelle le projet de RLP arrêté ne s'y oppose pas.

Il est donc décidé d'homogénéiser la règle du micro-affichage pour toute la ZP1.

### **Mobilier urbain :**

23. Le Sous-Préfet fait valoir que la hauteur limite de 6 m pour certains dispositifs de mobiliers urbains (« mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des oeuvres artistiques ») semble relativement démesurée au regard du secteur de centre ville (ZP1) où ils sont autorisés.

Il n'y a que deux dispositifs de ce type sur Alès, ce qui est peu (quai Jean Jaurès et avenue Général de Gaulle). Ils sont implantés sur des voies de largeur importante, et caractérisées par des perspectives éloignées, ce qui ne nuit pas au paysage urbain. Ils diffusent uniquement des informations non publicitaires à caractère local relatives notamment aux manifestations culturelles et informations municipales.

Cependant, à la suite de cette remarque, il est décidé d'ajuster la hauteur limite à 5,5 mètres.

Le Maire  
Président d'Alès Agglomération

**Max ROUSTAN**

