



Révision du règlement local de publicité de Château-Thierry

Compte-rendu de la réunion publique du 24 mai 2022

Participants :

Bruno LAHOUATI	Conseiller délégué à l'Habitat, CARCT
Sébastien EUGÈNE	Maire de Château-Thierry, Vice-Président au Développement économique, CARCT
Mohamed REZZOUKI	1 ^{er} adjoint Ville de Château-Thierry Vice-Président Redevance incitative, CARCT
Nicolas DRIOT	Directeur de l'Urbanisme - Ville de Château-Thierry
Laure GEOFFROY	Chargée de mission urbanisme, CARCT
Jean ROCHER	Consultant – Directeur Mesure & Perspectives

Excusé :

Daniel GIRARDIN	Vice-Président en charge de l'urbanisme, CARCT
-----------------	--

La réunion se tient dans la Salle de la Légion d'Honneur de l'hôtel de ville. Elle débute à 18 h 35. Une quinzaine de participants est présente.

Sébastien Eugène accueille les participants et ouvre la réunion dont l'objet est la présentation du diagnostic et du projet de règlement au public pour l'informer et recueillir son avis.

Les points abordés sont :

1. La publicité extérieure ;
2. La procédure ;
3. Les objectifs ;
4. La réglementation nationale ;
5. Le règlement local de publicité de 1987 ;
6. Le recensement et les illégalités ;
7. Le diagnostic paysager et les constats ;
8. Les orientations ;
9. Le projet de règlement et le zonage ;
10. Le calendrier.

S'appuyant sur une présentation (jointe), Jean Rocher, du bureau d'études Mesure et Perspectives en charge d'accompagner l'Agglomération dans l'élaboration du document, présente les différents dispositifs réglementés par le Code de l'environnement. Il expose les conséquences de la caducité du RLP et indique par ailleurs que la procédure d'élaboration du RLP est identique à celle du PLU.

La réglementation nationale et le RLP de 1987 sont détaillés, ainsi que l'analyse réglementaire des dispositifs en place.

Les secteurs à enjeux du territoire sont définis avec l'illustration des différents dispositifs rencontrés dans chacun d'eux.

Viennent ensuite les orientations pour la publicité et les enseignes.

Le projet de zonage et de règlement sont présentés et le calendrier rappelé.

Au cours de la présentation, des questions et des remarques sont soulevées.

Pourquoi le panneau les Halles du Soleil est-il illégal s'il est sur son lieu d'activité ?

Il n'est pas sur son lieu d'activité puisqu'il indique une direction et une adresse différente. C'est donc une publicité, illégale sur les murs comportant des ouvertures supérieures à 0,50 m². La règle date de décembre 1979.

L'obligation de mise en conformité des dispositifs illégaux s'applique sur propriété privée et au mobilier urbain.

Le RLP interdit la publicité dans le périmètre de protection des monuments historiques. Le RLP doit-il nécessairement être plus exigeant ?

La possibilité de lever l'interdiction dans ces périmètres est offerte par le Code de l'environnement. Seul le RLP peut le faire.

Vous devriez signaler les publicités illégales pour qu'elles soient démontées et par conséquent ne pas générer de TLPE. Il semble anormal de faire payer de la TLPE sur des dispositifs illégaux.

La publicité et les enseignes relèvent du Code de l'environnement et la TLPE du CCGT. Il n'y a pas de lien entre les deux, mais ils s'appliquent aux mêmes dispositifs.

Pour rappel, la TLPE a été instaurée pour réduire la surface des enseignes.

Réduire la surface des panneaux à 10,5 m² revient à supprimer pour les commerçants la possibilité d'afficher. Les affiches de cette surface n'existent pas.

La surface à prendre en compte, pour les dispositifs autres que le mobilier urbain, est celle de l'affiche plus de l'encadrement. Les formats standard d'impression d'affiches sont de 12, 8, 4 et 2 m². Un panneau de 10,5 m² correspond à une affiche de 8 m² plus l'encadrement.

Il ne faut pas prévoir 2 surfaces d'affiches. Cela induirait des dépenses supérieures pour les annonceurs.

Il est nécessaire de limiter le nombre de support plutôt que de limiter le format. Il faut être plus courageux et passer directement à une surface autorisée de 4,70 m² pour les publicités.

Il y a une volonté de la ville de limiter les possibilités en entrée de ville et d'engager un travail par étape en supprimant d'abord les situations illégales.

La Ville doit être attentive aux conséquences économiques de l'application des règles. Cela touche les acteurs économiques, les afficheurs et les bailleurs.

Il faut une progressivité dans la mise en place pour tenir compte des situations précédentes héritées par les commerçants (enseignes existantes non conformes par exemple) et porter une attention particulière sur les entrées de ville.

La levée de l'interdiction dans les périmètres des monuments historiques permet de remettre de l'équité dans la zone d'activité de l'Europe pour la publicité. Avec l'application du Règlement National de Publicité, la publicité serait interdite dans une partie de la ZA de l'Europe.

Il faut se poser la question : pourquoi fait-on de l'affichage ? C'est pour éviter que les concurrents ne prennent les emplacements. Il est donc nécessaire de soumettre tout le monde aux mêmes règles, et de réduire la place de la publicité dans la Ville.

Les commerçants doivent être informés des futures règles pour éviter de faire des investissements sur des dispositifs qui seront illégaux avec le RLP.

Les publicités en infraction avec les nouvelles règles ont 2 ans pour se mettre en conformité avec les nouvelles règles et les enseignes 6 ans. Il faut inviter les commerçants et les industriels à ne pas investir avant la mise en place du nouveau RLP. Dans le cœur de ville, les commerçants sont sensibilisés à la charte des enseignes et ont pris l'habitude de consulter le service urbanisme avant travaux.

La limitation du nombre de dispositifs a-t-il un véritable impact sur la consommation ? N'existe-t-il pas un risque de voir se multiplier les dispositifs de publicité si l'interdiction relative est levée dans les périmètres de monuments historiques ?

La levée de l'interdiction relative est limitée au mobilier urbain dans la zone 1. À travers cette levée, la ville continuera à percevoir les revenus liés au mobilier urbain. Les administrés n'ont pas à payer le mobilier urbain pour le service rendu.

Plutôt que de réglementer les enseignes, en reprenant l'objectif de limiter la pollution visuelle, il serait préférable de réfléchir à l'aménagement et l'embellissement de l'urbanisme commercial dans les zones. Une dynamique doit être impulsée pour redonner de la cohérence dans la zone d'activité.

Il n'y a d'ailleurs à ce jour pas de plan général de la zone en entrées signalant toutes les activités qui y sont présentes. Des solutions sont à trouver à travers le mobilier urbain dans les zones d'activité.

Quel est l'engagement de la mairie au sujet de l'affichage sauvage ?

L'affichage sauvage peut être supprimé immédiatement, sans procédure.

La concertation arrive trop tard dans le projet qui semble déjà abouti.

La procédure est en cours. Les remarques formulées lors des différentes rencontres avec les partenaires institutionnels, les professionnels et les habitants alimentent les réflexions pour la finalisation du projet. Le projet de RLP qui sera arrêté par le Conseil Communautaire de l'Agglomération, compétent pour mener la procédure, sera soumis à enquête publique à l'automne et ne sera opposable qu'en 2023.

Les différents sujets étant épuisés, la réunion prend fin à 20 h 30.

Bruno LAHOUATI remercie les présents pour leur participation et clôt la réunion.