

Département du GARD
Commune de VAUVERT

ENQUÊTE PUBLIQUE
RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

CONCLUSIONS & AVIS

SOMMAIRE

	Page
1- Préambule	3
2– Climat de l'enquête	4
3– Mémoire en réponse aux contributions	5
4 - Conclusions	8
5 – Avis	8

1 – Préambule

Un règlement Local de publicité (RLP) permet d'adapter localement certains points de la réglementation nationale aux publicités, enseignes et préenseignes. C'est un document d'urbanisme élaboré à l'initiative du maire et approuvé à la suite d'une délibération en conseil municipal. Les ajustements d'un règlement local à la réglementation nationale vis-à-vis des enjeux locaux doivent concilier principalement dynamisme économique et qualité de vie. C'est ainsi que la réglementation locale peut être plus restrictive ou plus souple que la réglementation nationale selon les choix d'orientation et les objectifs fixés par les conseils municipaux.

Rappels réglementaires:

- La Commune de Vauvert a arrêté le projet de RLP par une décision du conseil municipal en date du 10 février 2025.
- Pour se conformer à l'article L.581-14 du Code de l'environnement, le projet est soumis à enquête publique après avoir été soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature de paysages et de sites. Les modalités de l'enquête publique sont définies par les articles R.123-2 à R.123-24 du Code de l'environnement ;
- Le projet peut être amené à évoluer, en fonction des avis collectés, des conclusions du Commissaire Enquêteur et de la décision du Conseil Municipal et une fois approuvé par le Conseil Municipal, le règlement local de publicité sera annexé au Plan Local d'Urbanisme de la ville de Vauvert.

Rappel des objectifs de la Commune de Vauvert :

- Rendre visibles les entreprises de la commune, afin d'améliorer l'attractivité du territoire ;
- Soutenir le commerce de proximité, et favoriser l'achat local ;
- Améliorer la qualité des zones d'activités ;
- Protéger les entrées de ville ;
- Préserver les zones peu touchées par la pression publicitaire ;
- Préserver et améliorer le cadre de vie et la qualité des paysages de la Commune ;
- Protéger l'image du territoire, en tenant compte du patrimoine bâti, paysager et naturel.

Rappel des orientations débattues en conseil municipal

A partir des objectifs précédents et du diagnostic des orientations se sont dégagées et ont été débattues lors du conseil municipal du 10 juin 2024.

1- Protection du patrimoine naturel et bâti, préservation des paysages et amélioration des perspectives en entrées de ville.

- En élaborant un zonage pour préserver les entrées de villes et les secteurs patrimoniaux de la publicité par une interdiction ou une limitation forte de la publicité dans ces secteurs ;
- En mettant en place des règles qualitatives sur les enseignes en secteurs patrimoniaux.

2 - Réduction de l'impact visuel des publicités, des préenseignes et des enseignes.

- En limitant les surfaces et les densités au-delà des règles nationales
- En introduisant des contraintes pour l'installation des publicités, préenseignes et enseignes ;
- En améliorant la qualité des différents supports, en imposant des formes, des techniques...

3 - Mise en valeur des devantures, en particulier dans le centre ancien ; préservation du caractère de la ville

- En élaborant des règles qualitatives et quantitatives pour l'intégration des enseignes sur les façades ;
- En interdisant certains types d'enseignes ;
- En prenant en compte les particularités du centre ancien : balcons ouvragés, ouvertures cintrées, présence de caissons de volets roulants.

4- Limitation de l'impact environnemental des nouveaux modes de communication et des supports lumineux.

- En définissant l'usage des banderoles, des vitrophanies ;
- En limitant l'usage des publicités et enseignes numériques, y compris intérieures aux devantures ;
- En mettant en place des règles sur les éclairages et extinctions.

2 – Climat de l'enquête

L'organisation de l'enquête s'est déroulée dans les meilleures conditions. La réglementation concernant l'affichage dans la Commune comme les publications dans la presse ont été respectées. Les locaux mis à disposition pour recevoir le public étaient parfaitement adaptés et les moyens de communication numérique opérationnels sur site et à distance. Les personnels municipaux en charge du dossier d'enquête et présents dans les locaux de la Direction de l'Urbanisme se sont mis à la disposition du commissaire enquêteur pour faciliter son travail et ils ont fait preuve durant toute la durée de l'enquête de beaucoup de professionnalisme. Les entretiens avec Monsieur le conseiller municipal délégué à l'urbanisme puis avec monsieur le Maire ont été très courtois. Ces rencontres m'ont permis d'affiner ma compréhension du dossier et d'obtenir des réponses sur les modalités mises en place pour recevoir et dialoguer avec la population avant l'ouverture de l'enquête.

Malgré les actions positives réalisées lors de l'organisation de l'enquête, je regrette l'absence de contributions citoyennes sur le registre d'enquête voire même l'absence de contributions sur la boîte mail mise à disposition du public. En résumé les seuls contributeurs (Société JCDecaux et L'union des publicitaires extérieurs) sont des professionnels dans le domaine de la publicité. Ils ont un savoir-faire et toute la légitimité pour faire des préconisations ou des modifications concernant les projets de règlement local de publicité, mais il est du devoir du commissaire enquêteur de tenir compte du fait qu'il défend aussi leurs intérêts économiques.

3 – Mémoire en réponse aux contributions

Le Mémoire en réponse a été retourné par courrier recommandé au commissaire enquêteur le 18 juillet. Aucune des questions ou propositions n'ont été éludées par le maître d'œuvre. Les contributions peuvent se distinguer selon les problématiques suivantes :

3-1 : Problématique liée au chiffrage de la population

La population d'une agglomération est déterminante pour établir un diagnostic et un projet de RLP. En effet, les communes de plus de 10000 habitants sont généralement plus densément peuplées et urbanisées. Elles peuvent avoir des zones commerciales plus importantes et une demande plus forte en publicité. Par ailleurs, la réglementation nationale du code de l'environnement est beaucoup plus stricte pour les agglomérations de moins de 10000 habitants. Les derniers chiffres concernant Vauvert datent du recensement de l'année 2022 et indiquent une population de 11 772 Habitants. Compte tenu du fait de la faible population présente à Gallician et dans les hameaux éparses au sud de la Commune et compte tenu de l'augmentation de la population de l'agglomération attendue dans les prochaines années, la municipalité a décidé que pour l'agglomération la population était supérieure à 10 000 habitants et que pour Gallician elle était inférieure à 10 000 habitants.

En conclusion : Sachant que le nouveau règlement restera en vigueur plusieurs années, je considère que ce choix est tout à fait logique. L'évolution de la population dans ce secteur géographique est certaine et d'autre part, d'un point de vue général, rien n'empêche une municipalité quel que soit le nombre d'habitants, d'établir dans le cadre de son RLP des règles applicables à une agglomération de moins de 10000 habitants.

3-2 Problématique liée à la dimension des affiches et des lettrages

La municipalité affirme sa volonté de préserver et d'améliorer le cadre de vie et la qualité des paysages de la Commune. Le diagnostic fait état de nombreux dispositifs actuellement en infraction par rapport aux règles nationales et le commissaire enquêteur a pu constater que des publicités présentes sur les principaux axes d'entrée de ville sont installées de manière relativement anarchique. Il n'y a aucune homogénéité et l'aspect esthétique est trop souvent inadapté pour se fondre dans le paysage naturel. Pour ces raisons, il est très compréhensible que dans le règlement soient inscrites des mesures contraignantes quant à la taille des affiches et la hauteur des lettrages soit :

- Sur Gallician en ZPR1 pour les panneaux publicitaires les surfaces maximales sont de 2m² sur mur aveugle et de 1,5 m² sur mur de clôture ou mur aveugle ;
- En ZPR2 le choix d'une surface maximale de 4m².

Je prends en compte que pour ce qui concerne la limitation de la hauteur des lettrages en bandeau proposé par l'UDAP en ZER0, la municipalité envisage la possibilité de le faire pour des cas précis à identifier. L'argumentaire précise que l'application de cette règle de manière systématique conduirait à rendre non conformes de nombreux dispositifs.

En conclusion : La réduction de l'impact visuel fait partie du points N°2 des orientations. Je considère que du fait de l'aspect disgracieux de nombreuses publicités existantes et leur implantation anarchique, il est absolument indispensable que soit inscrit dans le nouveau règlement des règles contraignantes quant à la surface des panneaux publicitaires, leur forme et la qualité des support soutenant chaque dispositif. Je considère que le nouveau règlement satisfait à ces exigences et qu'en ce qui concerne la réduction de la hauteur des lettrages à 30 cm, la municipalité accepte de fixer cette règle au cas par cas, ce que je considère être une démarche constructive.

3-3 Problématique liée aux affichages lumineux

L'orientation N° 4 indique clairement qu'il faut limiter l'impact environnemental des dispositifs lumineux. Il est évident que ces dispositifs ont un coup énergétique non négligeable. La municipalité affirme sa volonté de limiter les enseignes et publicités lumineuses et fait un rappel à la loi Climat et résilience du 22/08/2021 pour justifier le fait qu'elle est en droit de le faire. Par ailleurs le diagnostic municipal précise que ce type d'enseignes tend à se développer mais que les dispositifs sont généralement éteints aux heures de fermeture des commerces.

En conclusion : Le règlement impose une extinction des enseignes lumineuses entre 22h00 et 7h00, c'est incontestablement une décision écoresponsable.

3-4 Problématique liée au zonage

L'annexe 4 du rapport présente la différence entre Zone Réglementée (ZR) et Zone de Publicité Restreinte (ZPR).

Le plan de zonage de la ville de Vauvert comporte 3 zones :

- La ZPR0 qui est la plus restrictive correspond à des secteurs qu'il faut protéger particulièrement. Le périmètre délimité des abords du Temple protestant, des éléments de patrimoine situés à Gallician, le Canal Philippe Lamour et ses abords, certaines intersection et entrées de ville. Dans cette zone la publicité est interdite ;
- La ZPR1 correspond aux parties non couvertes par la ZPR0 et la ZPR2. Elle intègre notamment les secteurs résidentiels. Le reste de Gallician non couvert par la ZPR0 (éléments de patrimoine) est inclus dans cette zone. Dans cette zone la publicité se limite au microaffichage publicitaire, à la publicité sur mobilier urbain, à la publicité non lumineuse murale sur la propriété privée. Aucun dispositif scellé au sol ou lumineux n'est autorisé, le format d'affichage est une seule publicité par unité foncière est autorisée ;
- La ZPR2 correspond aux secteurs d'activités commerciales, artisanales ou industrielles. Dans cette zone la publicité est limitée au microaffichage publicitaire, à la publicité sur mobilier urbain, à la publicité non lumineuse, ou éclairée par projection ou transparence. Dans ce dernier cas les heures d'extinction sont obligatoires entre 22h00 et 7h00.

Pour chacune de ces zones les dispositions d'interdiction répondent à différentes orientations. La ZR0 répond aux orientations N° 1 (préservation du patrimoine) et N°2 (Réduction de l'impact visuel). Les Zones ZPR1 et ZPR2 répondent aux orientations N°2 et N°4 (limitation de l'impact environnemental).

En conclusion : Il est légitime de protéger le périmètre des abords du Temple. Par ailleurs les visites que j'ai réalisées au sein de la commune et principalement dans l'agglomération de Vauvert m'ont permis de constater que ce choix du zonage est bien équilibré selon les quartiers ou secteurs. La ZPR0 dans laquelle la publicité est interdite sous toutes ses formes n'intègre qu'une partie des axes de circulation traversant la ville, en conséquence peuvent être installées des publicités selon les règles de la ZPR1 ou ZPR2 sur une partie des routes départementales RD56 RD6572 et RD35.

4-4 Problématique liée au respect des règlements

La municipalité est parfaitement consciente que de nombreux dispositifs existants ne sont pas en conformité avec le règlement actuel. Le diagnostic met en évidence l'ensemble des éléments non conformes (certains étant en place depuis fort longtemps). Le pouvoir de police des maires date seulement du 01/01/2024. Partant du constat que le nouveau règlement local de publicité de Vauvert doit être voté dans les mois qui viennent et avant la fin de l'année 2025, il est compréhensible de ne pas vouloir sanctionner les contrevenants immédiatement. Le code de l'environnement indique que *"Les publicités et préenseignes qui ont été mises en place avant l'entrée en vigueur du RLP et qui ne sont pas conformes à ses prescriptions peuvent, sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être maintenues*

pendant un délai maximal de 2 ans à compter de l'entrée en vigueur du RLP. Pour les enseignes, ce délai est de 6 ans (article L.581-43 du code de l'environnement). En revanche, les dispositifs publicitaires non-conformes au RNP ou au RLP actuel doivent être mis en conformité sans délai."

En conclusion : Le choix de ne pas sanctionner les dispositifs non conformes au règlement actuellement en vigueur est judicieux. La municipalité affirme sa volonté de procéder aux mises en conformité dès l'entrée en vigueur du nouveau règlement et de le faire en respectant les délais légaux.

5 - Conclusions

Les conclusions précédentes et relatives à chaque problématique soulevée lors des consultations permettent de mettre en évidence la capacité du Maitre d'œuvre à développer un argumentaire de qualité par la précision et la cohérence de ses réponses aux questions qui figurent dans le procès-verbal de synthèse des observations. La réalisation de ce projet de règlement publicitaire s'est construite sur plusieurs années à la suite de plusieurs réunions préalables à l'enquête. Tout a été mis en place par la municipalité pour assurer le bon déroulement de l'enquête. Le dossier dans lequel figure le diagnostic et le règlement est de très bonne qualité. Il est en cohérence directe avec les objectifs visés dans la note de présentation et avec la définition des orientations issues du Conseil municipal de juillet 2024.

7 – Avis

Au vu de l'ensemble des éléments du dossier et la prise en compte de toutes les informations que j'ai recueillies tout au long de l'enquête, **je donne un avis favorable** à la réalisation **du projet de Règlement Local de Publicité de la Commune de Vauvert.**

Au siège de l'enquête le 30 juillet 2025,

Le commissaire enquêteur Jean-Pierre DELORME

