



UNION de la

PUBLICITE EXTERIEURE

Monsieur le Commissaire-enquêteur

Mairie de Biscarrosse

149, avenue du 14 juillet

BP 40101

40601 Biscarrosse cedex

Paris, le 24 juin 2020

À l'attention de Monsieur Michel CHATRIEUX

*Objet : révision du règlement local de publicité
Enquête publique*

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel représentant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande attention du projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville de Biscarrosse arrêté en séance du Conseil municipal le 9 septembre 2019 et soumis à enquête publique.

Afin de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux, nous vous présentons ci-après nos demandes d'aménagements règlementaires permettant à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Nos propositions demeurent, en tout état de cause, plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L581-14 du code de l'environnement.

1. Format des publicités

L'article P.1.3 « *Publicités non-lumineuses scellées au sol ou installées directement sur le sol, hors mobilier urbain* » du projet de règlement dispose que :

« La surface des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol n'excède pas 10,6 mètres carrés. »

Nous prenons bonne note de cette disposition et de la volonté de la ville de distinguer surface d'affichage et surface hors tout, conformément à la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités du ministère de la Transition Ecologique et Solidaire publiée le 27 novembre 2019. En effet, cette fiche précise qu'un règlement local de publicité peut « *réglementer la surface de l'affiche ou de l'écran uniquement, dès lors que la surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) ne peut excéder celle fixée par le code* ».

De plus, Biscarrosse est une commune qui compte plus de 14 000 habitants (INSEE – 2016). De cette façon, elle peut accueillir une offre de réseaux de 8 m² de surface utile d'affichage comme toutes les communes ayant plus de 10 000 habitants.

Ces dispositions ne souffrent donc d'aucune incohérence contrairement à ce qui est avancé par l'association Paysages de France dans son écrit du 26 mars 2020.

« Or, une surface de 10,6 m², c'est le format désormais adopté nationalement par les afficheurs. S'y conformer localement, c'est répondre à une demande de la profession, en entérinant les pratiques existantes, et non vouloir profondément améliorer le cadre de vie de nos concitoyens. Ces panneaux sont par ailleurs fréquemment éclairés par projection ou transparence et peuvent être déroulants, avec un effet est encore plus désastreux. Alors qu'une réduction à 4 m² n'empêcherait nullement la lecture du message avec un impact visuel bien moindre, rien ne peut justifier une taille de 10,6 m², hormis l'intérêt économique pour les afficheurs. »

« Les publicités de plus petit format (4 m²) sont, chacun peut le constater, tout à fait visibles et lisibles dans les communes de moins de 10 000 habitants. Elles ne sont de plus, dans ces communes, qu'apposées sur des murs. Pourquoi seraient-elles moins lisibles dans une ville comme Biscarosse, alors que les véhicules (et les piétons) y circulent à la même vitesse ? Le grand format de 10,6 m² n'a comme seule utilité que de gonfler le chiffre d'affaire des afficheurs (et accessoirement d'accroître le matraquage publicitaire), avec de désastreux effets sur les paysages. »

Les constats que nous avons réalisés sur le territoire national montrent qu'un dispositif publicitaire implanté sur le domaine privé se situe en moyenne à 6,62 m du bord de voie. Ce qui est lisible à cette distance sur un dispositif « grand format » (8 ou 12 m²) ne l'est plus avec un format de 4 m², notamment en milieu urbain.

Par ailleurs, la publicité extérieure offre la possibilité pour les annonceurs locaux de communiquer sur une zone géographique précise. Les annonceurs locaux ont en effet besoin d'outils de communication pour leur notoriété, annoncer leur activité et se faire connaître et reconnaître dans leur zone de chalandise.

La publicité extérieure est également le média des déplacements. A ce titre, deux notions essentielles sont nécessaires pour assurer l'efficacité d'une implantation : la couverture et la répétition. Par sa présence mesurée sur l'ensemble d'un territoire donné, la communication extérieure offre de sérieuses garanties d'audience.

2. Publicité lumineuse

Le projet de règlement entretient une certaine confusion entre la publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence et la publicité numérique proprement dite.

Selon l'article R581-34 du code de l'environnement, *« La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. »*

Au sein de cette catégorie, figurent la publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence ainsi que la publicité numérique. Le code de l'environnement prévoit que la publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence suit le régime juridique applicable à la publicité non lumineuse, ce que rappelle, à juste titre, le lexique du présent RLP dans sa définition portant sur la « publicité lumineuse ».

Toutefois, afin de s'assurer de la bonne lisibilité et compréhension du futur RLP de Biscarosse, nous préconisons de modifier en ce sens les articles P.1.7, P.1.8, P.2.6 et P.2.7 du projet de règlement de manière à préciser que la publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence reste bien autorisée.

3. Lexique

Le lexique définit la notion d'agglomération de la manière suivante :

« Espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalés par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »

Il convient de rappeler la décision de principe rendue en la matière par le Conseil d'Etat (décision du 2 mars 1990 « *Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports c/ Société Publi System* », N°68134 confirmée par un arrêt du 26 novembre 2012, N°352916) qui précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti.

Nous préconisons de tenir compte de cette définition dans le projet de RLP.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.


Stéphane DOTTÉLONDE
Président de l'UPE