

Enquête publique Sélestat Projet de Règlement Local de Publicité



**Rapport du commissaire enquêteur
Michel Peraldi : 16 juillet 2016**

Rapport du commissaire enquêteur

CONTEXTE DU PROJET

- Le contexte géographique, démographique et administratif

La Commune de Sélestat est située dans le département du Bas-Rhin et la Région Alsace. Elle fait partie du canton de Sélestat-Erstein et de la Communauté de Communes de Sélestat et environs.

Elle est située sur le territoire du Schéma de Cohérence Territoriale (SCOT) de Sélestat et sa Région

La densité de population est la suivante :

- population en 2012 : 19 397
- Densité de population (nombre d'habitants au km²) en 2012 : 436,9
- Superficie (en km²) : 44,4

- Les axes de communication

La commune de Sélestat est traversée, du Nord au Sud, par la départementale 1083.

Les départementales 424 et 1422, quant à elles, se situent respectivement au Sud, en contournement de l'Agglomération depuis Châtenois vers Marckolsheim, et au Nord, dans la traversée de la zone industrielle depuis Scherwiller vers la départementale 1083 qu'elle rejoint au « Carrefour Maison Rouge » situé route de Strasbourg.

Ces voies classées « à grande circulation » sont des entrées de villes sensibles en termes esthétiques et pour certaines d'entre elles assez dégradées par la multiplication des publicités et des enseignes.

- **Les mesures de protection**

Un arrêté ministériel du 10 novembre 1975 a classé toute la partie ancienne de l'agglomération en **site inscrit** : « ensemble urbain formé par les quartiers anciens et délimité comme suit, dans les sens des aiguilles d'une montre, à partir du carrefour point d'intersection du boulevard du Général Leclerc avec la rue Paul Déroulède, le boulevard du Général Leclerc, le boulevard du Général Castelnau, la limite Sud-Ouest de la Place du Maréchal de Lattre de Tassigny, le boulevard Thiers, le Quai de l'Ill, la rue du Président Poincaré, la limite Nord de la Place Vanolles, la rue du 4ème Zouave, le boulevard du Maréchal Foch jusqu'au carrefour point de départ ».

Par ailleurs, le territoire est également parsemé d'immeubles bénéficiant du régime de protection des **monuments historiques**.

De plus, une partie du territoire sélestadien est couverte par la **Réserve Naturelle Régionale du Ried de Sélestat**, « l'Ill*Wald », où la publicité est interdite.

- **Les zones d'activités**

Le territoire sélestadien accueille deux zones d'activités :

- la zone industrielle Nord :
- la zone d'activités Sud :

Le centre-ville abrite également de nombreux commerces qui présentent une réelle diversité commerciale.

De plus, de nombreuses activités se sont implantées le long de la départementale 1083, reliant les deux zones d'activités précitées.

I) LE PROJET

1) LE CADRE JURIDIQUE GÉNÉRAL

Le Code de l'environnement, dans ses articles L 581-1 et suivants et R581-1 et suivants, fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles de toutes voies ouvertes à la circulation publique.

En l'occurrence, **la réglementation nationale de la publicité** applicable à Sélestat est celle relative aux communes de plus de 10.000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de moins de 800.000 habitants.

Ces règles applicables sur l'ensemble du territoire national peuvent toutefois être adaptées en fonction des circonstances locales via un Règlement Local de Publicité (RLP). Ce RLP définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que le Code de l'Environnement

L' Article L581-14-2 du code de l'environnement prévoit que les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet. Toutefois, s'il existe un Règlement Local de Publicité, ces compétences sont exercées par le maire au nom de la commune.

L' Article L581-14-1 indique que l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ...ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un Règlement Local de Publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L. 581-9 et L. 581-10.

Le Règlement Local de Publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du code de l'urbanisme.

Le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, la métropole de Lyon ou le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, y compris, le cas échéant, des collectivités territoriales des Etats limitrophes.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Cet avis est réputé favorable s'il n'est pas intervenu dans un délai de trois mois.

Par délibération du 31 janvier 2013, le conseil municipal de Sélestat a prescrit la mise en œuvre de la procédure d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité sur le territoire sélestadien. Après une longue phase d'élaboration et de concertation un projet de RLP a été arrêté par le conseil municipal par délibération du 26 novembre 2015.

2) LE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

a) Le contenu du Règlement Local de Publicité

Le Règlement Local de Publicité a pour objet l'adaptation des règles nationales applicables aux publicités, aux enseignes et aux préenseignes prévues par le Code de l'Environnement en fonction des circonstances locales.

Le projet de Règlement Local de Publicité adopté par le conseil municipal de Sélestat par délibération du 26 novembre 2015 a mis en place trois niveaux de protection afin de prendre en compte les caractéristiques de chaque secteur :

- la zone de protection n°1 (ZP1) comprenant le centre-ville ancien étendu à l'avenue Adrien Zeller, à la place de la République, à la place du Général de Gaulle, à la route de Strasbourg, au Boulevard de Nancy et à l'Avenue du Docteur Houllion auxquels se rajoutent la route de Marckolsheim et la rue Champollion.
- la zone de protection n°2 (ZP2) comprenant les zones d'activités à vocation commerciale, artisanale et industrielle.
- la zone de protection n°3 (ZP3) comprenant le reste du territoire communal aggloméré, à vocation principale d'habitation.

Les objectifs assignés aux publicités et aux présenseignes sont les suivants :

- mettre en place des dispositions esthétiques,
- encadrer voire interdire certains types d'implantation ou de dispositifs (publicité lumineuse, publicité sur mur non-aveugle...),
- instaurer une règle de densité plus restrictive que la législation nationale,
- pour les dispositifs scellés au sol, prévoir une règle de recul plus restrictive que la législation nationale,
- encadrer davantage les périodes d'extinction des publicités et des présenseignes lumineuses,
- aligner les prescriptions applicables aux présenseignes et présenseignes temporaires à celles applicables à la publicité,

- aligner les superficies maximales et les interdictions relatives aux publicités supportées par le mobilier urbain à celles applicables aux autres dispositifs publicitaires.

Pour les publicités au centre-ville (ZP1) et dans les autres secteurs agglomérés (ZP3) :

- limiter les possibilités d'installation des dispositifs publicitaires et interdire les dispositifs portant une atteinte trop importante à l'environnement urbain,
- réduire la superficie maximale des dispositifs.

Pour les publicités dans les zones d'activités (ZP2) :

- encadrer les superficies maximales de certains dispositifs particuliers,
- encadrer les possibilités de mise en place des dispositifs publicitaires lumineux.

Les objectifs assignés aux enseignes sont les suivants :

- encadrer les possibilités d'implantation des enseignes sur clôture,
- encadrer d'avantage les périodes d'extinction des enseignes lumineuses.

Pour les enseignes au centre-ville (ZP1) :

- mettre en place des règles spécifiques d'implantation (intégration architecturale, esthétique, installation au rez-de-chaussée...),
- limiter le nombre d'enseignes sur façade par établissement,
- encadrer voire interdire certains types d'enseignes ayant un impact trop important (enseignes sur store, enseignes en toiture, enseignes lumineuses autres que celles éclairées par projection ou transparence, enseignes scellées au sol...),
- encadrer les modalités d'implantation des enseignes temporaires.

Pour les enseignes dans les zones d'activités (ZP2) :

- limiter le nombre d'enseignes scellées au sol ou apposées directement au sol.

Pour les enseignes dans les autres secteurs agglomérés (ZP3) :

- limiter et encadrer les enseignes scellées au sol ou apposées directement au sol,
- interdire certains types d'enseignes (devant une baie, sur garde-corps...)
- encadrer les possibilités de mise en place des enseignes temporaires.

b) Les objectifs du Règlement Local de Publicité

Les objectifs affichés par le Projet de Règlement local de Publicité sont les suivant :

- **La valorisation de l'image du territoire, la protection des zones résidentielles et l'amélioration du cadre de vie des sélestadiens par :**
 - la meilleure intégration des dispositifs au sein de leur environnement et la réduction de leur impact visuel,
 - la maîtrise de la densité et de la pression publicitaires
 - le renforcement de la sécurité des usagers du domaine public grâce à la limitation des dispositifs susceptibles de les gêner,
 - la limitation des sources de pollution notamment celles induites par les nouvelles technologies (dispositifs lumineux et numériques).

- **Le renforcement de l'attractivité et du dynamisme commercial par :**
 - l'assainissement des zones d'activités et des secteurs d'implantation de commerces (principalement le long de la RD 1083),
 - l'amélioration de la lisibilité des dispositifs, en offrant aux acteurs économiques locaux, en fonction de la destination et des particularités de la zone concernée, la possibilité de signaler leurs activités de manière efficace et plus généralement de répondre à leurs besoins en matière de communication.

- **La mise en valeur du patrimoine architectural, historique et urbain du centre-ville par :**
 - la mise en place de règles spécifiques pour les enseignes en favorisant l'intégration architecturale et environnementale et en limitant la surenchère,
 - la recherche d'une plus grande discrétion de la publicité.

II) LA CONCERTATION

La délibération du 16 novembre 2015 (jointe en annexe) dresse le bilan de la concertation menée par la commune tout au long du processus d'élaboration du Règlement Local de Publicité. La commune insiste sur le fait qu'au-delà de la procédure et de la publication légale la mairie a organisé de nombreuses réunions d'information et de concertation afin de recueillir l'avis des professionnels, du monde associatif et des commerçants et artisans :

- le 25 septembre 2013 : présentation des orientations générales et des prescriptions envisagées aux professionnels de la publicité extérieure (publicitaires et enseignants),
- le 29 octobre 2013 : présentation des orientations générales et des prescriptions envisagées aux représentants d'associations de protection de l'environnement (Alsace Nature et GERRIS),
- le 21 septembre 2015 : présentation du pré-projet de RLP aux personnes publiques associées,
- le 16 novembre 2015 : présentation du pré-projet de RLP aux commerçants, artisans et maraîchers locaux.

Il n'empêche que certains professionnels locaux se plaignent de ne pas avoir été assez associés. Ce point fera l'objet d'une recommandation particulière.

Nonobstant ces critiques il apparaît que la commune a mené une concertation effective. Sur un sujet aussi délicat, l'enquête publique a pu se dérouler sans une opposition déclarée ce qui semble indiquer que le projet de Règlement Local de Publicité fait consensus.

III) L'ENQUÊTE PUBLIQUE

Le projet de Règlement Local de Publicité de la ville de Sélestat a été arrêté par délibération du conseil municipal du 26 novembre 2015 et le Maire a, par courrier enregistré le 21 mars 2016 au Tribunal administratif, saisi son Président pour que soit désigné un commissaire enquêteur.

J'ai été désigné comme commissaire enquêteur assisté de M. André Charlier en qualité de commissaire enquêteur suppléant par décision du 5 avril 2016.

III-1) VÉRIFICATION DU DOSSIER

J'ai vérifié en tant que commissaire enquêteur le contenu du dossier qui comprenait outre les deux registres que j'ai paraphés :

- la note de présentation du projet
- le résumé des textes applicables aux enquêtes publiques concernant les Règlements Locaux de Publicité
- Le descriptif de la procédure administrative d'élaboration du RLP
- Le projet de Règlement Local de Publicité
- Le projet de zonage en format d'affichage pour la consultation du public.
- La délibération du conseil municipal en date du 26 novembre 2015arrétant le projet de RLP et dressant le bilan de la concertation
- l'arrêté du maire concernant les limites de l'agglomération
- Les avis des personnes associés
- l'avis de la commission départementale compétente en matière de nature de paysage et des sites

A son examen le dossier m'a paru complet pour la bonne information des citoyens.

III-2) DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE

L'enquête publique sur le projet de Règlement local de publicité de la commune de Sélestat s'est déroulée du 18 mai au 16 juin 2016 dans les meilleures conditions.

Le public a été informé au-delà de la simple publicité légale, et le climat de l'enquête a été parfaitement serein.

Les élus de la ville de Sélestat ont répondu aux questions du commissaire enquêteur ainsi que les services de la ville qui ont élaboré le projet et préparé le dossier mis à l'enquête. Ceux-ci en ont d'ailleurs détaillé les enjeux lors d'une visite de terrain avec le commissaire enquêteur.

Quatre permanences ont été tenues :

- Trois en mairie de Sélestat

Le jeudi 19 mai de 9 heures à 12 heures

Le lundi 23 mai de 9 heures à 12 heures

Le mardi 14 juin de 9 heures à 12 heures

- Une à la mairie annexe du Heyden

Le samedi 4 juin de 9 heures à 12 heures

a) Sur les demandes des citoyens

Deux personnes se sont déplacées en mairie à titre individuel pour s'exprimer au cours des permanences du commissaire enquêteur.

L'une pour se renseigner sur les règles d'affichage concernant les espaces près de son entreprise mais n'a pas formulé de demande particulière.

La seconde pour proposer que la mairie puisse profiter des supports publicitaires pour mener des campagnes citoyennes en partenariat avec les publicitaires.

Aucune visite n'a été faite à la mairie annexe du Heyden et aucune observation portée sur le registre qui y était déposé.

Les cinq observations des citoyens « non professionnels de l'affichage » qui figurent dans les registres ne remettent pas en cause le Règlement Local de Publicité dans son principe et ses équilibres mais s'apparentent plutôt à des suggestions pour l'améliorer. Les réponses qui y apportent la mairie à mon PV de synthèse du 23 juin dans le mémoire joint en annexe du présent rapport me semblent pertinentes.

b) Sur les réactions des professionnels

Si les citoyens se sont peu exprimés sur le projet les professionnels ont pour leur part réagi.

L'union de la publicité extérieure, organisation représentative de la profession de l'affichage et de la publicité extérieure a souhaité obtenir le dossier qui lui a été transmis par la mairie mais n'a pas formulé de remarques ou de critiques en retour.

Les afficheurs locaux se sont par contre montrés plus critiques et deux d'entre eux se sont manifestés lors d'une permanence du commissaire enquêteur et ont « regretté ne pas être avoir été associés davantage en participant aux réunions organisées par la commune ».

- La société IMAGEN

Cette société exploite 2 panneaux de format 12 m², en ZPR 3 (chemin Strohsackweg, carrefour Maison Rouge).

La société IMAGEN fait remarquer que *"Le projet de règlement prévoit un format de 4m² en ZPR3 et un linéaire de façade de 40m"*. Elle souhaite ainsi attirer l'attention de la Mairie sur la règle de densité qu'ils ont fixée et qui prévoit, article 2.3.1 du RLP, que : *"L'implantation d'une publicité ou d'une préenseigne n'est autorisée qu'à la condition que le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique de l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires"*. Elle voudrait donc que la règle de densité soit revue et que la longueur du côté bordant la voie ouverte à la circulation publique soit inférieure à 40 mètres.

En effet son application en l'état contraindrait la société à déposer les deux seuls panneaux qu'elle exploite à Sélestat.

Cette suppression représenterait selon les dires de la société IMAGEN une baisse de Chiffre d'affaires conséquente pour une petite entreprise locale qui se verrait lourdement pénalisée et fragilisée.

La société propose que soit autorisé un seul format d'affichage de 8 m² pour toutes les zones plutôt que de distinguer des superficies d'affichage selon les zones.

La mairie de Sélestat répond à cette question que je lui ai posée dans mon PV de synthèse du 23 juin que « La règle de densité prévue par le RLP, qui est d'ailleurs applicable sur tout le territoire communal aggloméré, est la suivante : *« L'implantation d'une publicité ou d'une préenseigne n'est autorisée qu'à la condition que le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique de l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires »*.

Tandis que la règle de densité prévue dans le Code de l'Environnement permet qu'un dispositif publicitaire scellé au sol soit installé sur l'unité foncière dont la longueur bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure ou égale à 40m.

Par conséquent, diminuer la règle de densité reviendrait, soit à reprendre les mêmes dispositions que le Code de l'Environnement, ce qui n'a aucun intérêt car cela équivaldrait à ne prévoir aucune disposition concernant la règle de densité ; soit à prévoir une règle de densité plus favorable que celle prévue par le Code de l'Environnement, ce qui ne correspondrait alors pas à la démarche poursuivie par la Ville de Sélestat et qui consiste à réduire la pression publicitaire.

De plus, un RLP, si l'on reprend les termes de l'article L.581-14 du Code de l'Environnement, permet de définir : « *une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* ». Et c'est le choix fait par la commune de Sélestat en instaurant une règle de densité plus restrictive que la règle nationale. D'ailleurs, c'était non seulement un choix, mais il n'aurait pas été possible légalement d'assouplir la réglementation, puisque le texte évoque « *une réglementation plus restrictive* », donc a contrario, une réglementation plus souple n'est pas envisageable, sauf, toujours selon cet article « *sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13* ». S'agissant alors des lieux visés par les articles L.581-4, L.581-8 et L.581-13, la commune de Sélestat, qui a obtenu le label Ville d'art et d'histoire et qui a à cœur de valoriser le patrimoine sélestadien, ne souhaitait évidemment pas assouplir la réglementation dans ces zones » .

La mairie fait ensuite remarquer que même en l'absence d'adoption du RLP, IMAGEN aurait du déposer l'un de ses dispositifs. En effet, le terrain sur lequel sont implantés les deux panneaux fait moins de 40 mètres linéaires, par conséquent, il n'est possible d'installer sur cette parcelle qu'un seul dispositif publicitaire. Autrement dit, avant même l'adoption du RLP, les dispositifs sont en infraction avec les prescriptions nationales.

Enfin, la Mairie de Sélestat affirme accorder une importance particulière aux entreprises locales et à leur bonne santé économique qui contribue à la dynamique du territoire. Par conséquent, la règle de densité qui a été fixée n'empêche pas de son point de vue, l'implantation de dispositifs publicitaires car il existe sur l'agglomération de Sélestat des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres.

Elle suggère donc à la société IMAGEN de trouver d'autres emplacements pour installer ses panneaux. Elle pourra d'ailleurs bénéficier pour l'un d'entre eux du **délai de mise en conformité** qui est de **deux ans** (l'autre étant illégal du point de vue de la réglementation nationale, il peut être retiré avant l'entrée en vigueur du RLP ou, à défaut, il devra être déposé lors de l'entrée en vigueur du RLP).

- La société PUBLIMAT

La proposition d'un format unique de 8 m² sur toute l'agglomération est reprise par la société PUBLIMAT.

La société souhaite également que la règle de densité soit revue et que soit réduite la longueur du côté bordant la voie ouverte à la circulation publique nécessaire pour implanter un dispositif.

Concernant la proposition d'instaurer un format unique de 8m² pour toute l'agglomération la mairie répond que le RLP a pour but **d'adapter aux spécificités locales** les règles nationales applicables en matière de publicité.

La zone du centre-ville (ZP1) est celle où la dimension des dispositifs est la plus réduite (2m²), car on y trouve un patrimoine architectural, historique et urbain de grande valeur qu'il convient de protéger en tant que tel mais aussi pour ses atouts touristiques. Ceci ne permet donc pas que des dispositifs de trop grandes dimensions soient installés.

Dans la ZP3 (secteur aggloméré/résidentiel), dans une moindre mesure par rapport au centre-ville, là aussi les règles ont été durcies concernant la dimension des publicités (4m²).

Selon la mairie, il est nécessaire, dans cette zone, de réduire la présence publicitaire pour améliorer le cadre de vie des sélestadiens. Cela passe par une meilleure intégration des dispositifs dans leur environnement et la réduction de leur impact visuel.

Il s'agit également d'assurer une plus grande sécurité des usagers du domaine public qui sont moins gênés par la présence de panneaux.

C'est pour cela que la dimension de 4m² a été retenue, les publicités restent visibles mais sont moins envahissantes et s'insèrent mieux dans le paysage.

Dans la ZP2, **le RLP ne prévoit pas d'aggravation des dispositions nationales**. Donc la superficie des dispositifs publicitaires reste de 12m².

Comme pour la règle de densité, la commune pense avoir tenu compte des besoins des acteurs économiques notamment en termes de visibilité. C'est ce qui explique que dans cette zone, composée de la Z.I. Nord et de la Zone artisanale au Sud, les dispositions nationales restent applicables.

En conclusion pour la mairie si le RLP prévoit 3 zones avec, dans chacune d'elle, un format pour les dispositifs publicitaires qui est différent, c'est pour répondre aux spécificités de chacune de ces zones mais toujours en cohérence avec les besoins des acteurs économiques qui s'y trouvent.

- **Une remarque anonyme pertinente**

Une personne a relevé des problèmes de rédaction dans le RLP. Certaines dispositions ne seraient pas rédigées de manière identique entre le rapport de présentation et la partie réglementaire.

Ce point a été vérifié et effectivement une différence de rédaction a été observée.

Dans le rapport de présentation il était indiqué qu'en ZP2 : « *sur une unité foncière, une seule enseigne scellée au sol, par activité, est autorisée par côté bordant la voie ouverte à la circulation publique ; cette règle s'appliquant même aux enseignes de moins d'1 m²* ».

Pourtant, dans la partie réglementaire, la mention des enseignes de moins d'1m² a été oubliée. Il s'agit d'une erreur de rédaction qui sera rectifiée car cette disposition a pour objectif de lutter contre « *la surenchère et la concentration d'enseignes, notamment de petits formats, sur une même unité foncière* ».

IV) SUR L'ÉQUILIBRE GÉNÉRAL DU PROJET

Le projet de Règlement Local de Publicité présenté par la commune de Sélestat, même s'il attire l'inquiétude des professionnels locaux, apparaît comme raisonnable.

L'absence de réaction des organisations professionnelles représentatives au plan national est un signe que le projet est équilibré entre les enjeux économiques et l'objectif de préserver l'esthétique d'une agglomération et en particulier de ses entrées de villes assez dégradées par un affichage publicitaire trop prégnant.

Concernant l'équilibre général du projet et son inscription dans une politique d'aménagement et de développement durable du territoire, le commissaire enquêteur note que le conseil départemental dans son avis du 7 mars 2016 sur le Règlement Local de Publicité de Sélestat :

« Relève que ses orientations s'inscrivent en cohérence avec les enjeux et missions départementales dans la mesure où elles :

- participent à la valorisation de l'image du territoire et à l'amélioration du cadre de vie ;
- sont de nature à préserver la lisibilité de la signalisation routière et assurer la sécurité de la circulation ».

V) SUR LA PRISE EN CONSIDÉRATION DE L'AVIS DE L'ETAT ET DES PERSONNES ASSOCIÉES

Le commissaire enquêteur relève que la plupart des personnes associées se sont prononcées de façon favorable ou ont émis des réserves constructives dont certaines ont été prises en compte dans le projet de Règlement Local de Publicité arrêté par le conseil municipal dans sa délibération du 26 novembre 2015.

Le commissaire enquêteur note également que la commission départementale de la nature des paysages et des sites, réunie le 22 février 2016 s'est prononcée favorablement à l'unanimité et en présence des représentants de professionnels de l'affichage sur le règlement local de publicité de la ville de Sélestat.

VI) SUR LES RÉPONSES FAITES PAR LA MAIRIE DANS SON MÉMOIRE DU 30 JUIN EN RÉPONSE A L'AVIS DE SYNTHÈSE DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR DU 23 JUIN

Dans le PV de synthèse que j'ai exposé oralement le 17 juin 2016 aux responsables de la commune de Sélestat et transmis en sa forme définitive jointe en annexe le 23 juin 2015 je m'interrogeais sur deux points :

-L'impact économique du RLP sur le chiffre d'affaires des petites entreprises d'affichage du Bas-Rhin qui se plaignaient de ne pas être assez associées à son élaboration et craignaient pour leurs emplois

- l'impact en termes de sécurité routière des panneaux lumineux déroulant au bord des carrefours giratoires .J'avais suggéré une précision sur ce point dans le RLP.

Sur le premier point la mairie fait dans sa réponse preuve d'ouverture vis-à-vis de ces entreprises tout en restant ferme avec les objectifs qualitatifs en termes d'environnement et de cadre de vie du RLP

Sur le second, la mairie me répond « qu'il n'y a actuellement qu'un seul panneau publicitaire lumineux installé au niveau d'un giratoire lorsqu'on arrive sur Sélestat ». Elle ajoute que son implantation avait d'ailleurs suscité une certaine agitation, mais que celui-ci respecte la législation nationale.

L'ensemble des autres réponses apportées par la mairie aux citoyens qui se sont exprimés dans les registres me semblent satisfaisantes.

Avis du commissaire enquêteur

L'enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Sélestat s'est déroulée du 18 mai au 16 juin 2016 dans les meilleures conditions.

Le public a été informé au-delà de la simple publicité légale, et le climat de l'enquête a été parfaitement serein.

Les élus de la ville de Sélestat ont répondu aux questions du commissaire enquêteur ainsi que les services de la ville qui ont élaboré le projet et préparé le dossier mis à l'enquête.

Le projet de Règlement Local de Publicité présenté par la commune de Sélestat, même s'il attire l'inquiétude des professionnels locaux, apparaît comme raisonnable.

L'absence de réaction des organisations professionnelle représentatives au plan national est un signe que le projet est équilibré entre les enjeux économiques et l'objectif de préserver l'esthétique d'une agglomération et en particulier de ses entrées de villes assez dégradées par un affichage publicitaire trop prégnant.

A l'issue de l'enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité arrêté par délibération du conseil municipal de Sélestat du 26 novembre 2015, j'émet en tant que commissaire enquêteur désigné par le Président du tribunal administratif de Strasbourg par décision du 5 avril 2016 un avis favorable sans réserves assorti de trois recommandations.

1) Une concertation plus large en direction des professionnels locaux

Si la concertation a été réelle, comme je l'ai signalé plus haut, et que les professionnels de l'affichage aient été associés, certains professionnels locaux se sont plaints de ne pas avoir été entendus et regrettent que seuls les grands réseaux les représentent dans les instances de concertation et de décision.

Cette remarque doit être entendue et, dans son mémoire de réponse, la mairie s'est montrée très ouverte pour trouver d'autres emplacements conformes au Règlement Local de Publicité. Peut-être serait-il souhaitable pour l'avenir ou dans une future révision du RLP, de prendre en compte plus en amont ces préoccupations spécifiques des professionnels locaux pas toujours portées par les grands réseaux nationaux. Cette attention particulière pour des acteurs de la vie économique locale devra toutefois ne pas créer de distorsion de concurrence ou être discriminatoire vis-à-vis des autres professionnels.

2) Une réflexion nécessaire sur les panneaux déroulant installés près des ronds-points

Dans le PV de synthèse du 23 juin 2016 je m'étais interrogé sur l'impact en termes de sécurité routière des panneaux lumineux déroulant au bord des carrefours giratoires et suggéré une précision sur ce point dans le RLP.

La mairie m'a répondu qu'il n'y a actuellement qu'un seul panneau publicitaire lumineux déroulant installé au niveau d'un giratoire lorsqu'on arrive sur Sélestat.

Il n'empêche que cette installation constitue un précédent fâcheux et qu'il serait regrettable tant pour l'esthétique que pour la sécurité routière que des panneaux de ce type se multiplient sur les nombreux ronds-points des entrées de ville de Sélestat.

Ce problème spécifique des panneaux déroulant lumineux pourrait être intégré dans le RLP.

3) Un souhaitable rapprochement avec le conseil départemental du Bas -Rhin

Le conseil départemental du Bas-Rhin a donné le 25 février 2016 un avis favorable sur le RLP et apporté deux contributions constructives pour poursuivre la coordination en agglomération et hors agglomération avec les services de la ville.

Ce rapprochement ville/département, en liaison avec les acteurs du développement touristique, apparaît souhaitable pour tenter de gommer les ruptures esthétiques des entrées de ville entre la partie « hors agglomération » et la partie « en agglomération »

Le commissaire enquêteur

Michel Peraldi

Le 16 juillet 2016