

DEPARTEMENT DE LA CHARENTE MARITIME
COMMUNE DE ROCHEFORT

**ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE
 PUBLICITE DE ROCHEFORT**

ENQUETE PUBLIQUE

Du Vendredi 29 Juin 2018 au Mardi 17 Juillet 2018 inclus

**RAPPORT CONCLUSIONS ET AVIS
 DU COMMISSAIRE ENQUETEUR**

Le présent rapport comprend :

PIECE 1 :

- En son titre I dresse procès verbal du déroulement de l'enquête
- En son titre II analyse les observations recueillies pendant l'enquête

PIECE 2 :

- En son titre III, expose les conclusions et formule un avis motivé (document déparé)

REÇU LE
- 9 AOUT 2018
SERVICE URBANISME

Ville de Rochefort - 8 AOUT 2018		
Services	Elus	
MAIRE	COP	TL
CAB	FL	JMLB
DGS	GP	AS
DGAS	IG	CM
DST	BD	EE
CCAS	SC	DP
CARO	JJ	NA

DGS	
URBA	
DAG	
PM	
ARCHI	
CARO	
DCRH	
DCCOM	
DCAJCP	
DCSIN	
DCFIN	

DIR. URBANISME		
REÇU LE :		
DIR.	Secrét.	Aff. Immob.
Contrôle CV-Pub	R.U	A.D.S
HYG.	Elu URBA	Elu(e) HYG.
Copies : Autres Services		

Le Commissaire Enquêteur : Elisabeth BALMAS Ingénieur Horticole, Paysagiste
 4 Chemin de la Clavette 17630 LA FLOTTE EN RE Tel : 05 46 35 52 73
 Mail: jme.balmas@free.fr

PLAN DU RAPPORT

<u>TITRE I</u>	page
PROCES VERBAL DU DEROULEMENT DE L'ENQUETE	3
I. Objet de l'enquête.....	3
II. Le projet.....	4
III. Réglementation.....	4
IV. Procédure d'enquête.....	4
1. Mise en place de la procédure d'enquête.....	4
1.1 Décision.....	4
1.2 Publicité	4
2. Dossier.....	5
3. Déroulement de l'enquête.....	5
4. Avis des Personnes Publiques Associées.....	5
5. Observations recueillies au cours de l'enquête.....	6
 <u>TITRE II</u>	
ANALYSE DES OBSERVATIONS FORMULEES PENDANT L'ENQUETE.....	6
 <u>TITRE III (Document séparé)</u>	
CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE DU COMMISSAIRE ENQUETEUR.....	23
I. Sur le déroulement de l'enquête.....	23
II. Sur les résultats de l'enquête.....	23
III. Les aspects positifs.....	23
IV : Les aspects négatifs.....	23
En conclusion	24

LES ANNEXES : Font l'objet d'un document séparé

DEPARTEMENT DE LA CHARENTE MARITIME

COMMUNE DE ROCHEFORT

**ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE
PUBLICITE DE ROCHEFORT**

ENQUETE PUBLIQUE

Du Vendredi 29 Juin 2018 au Mardi 17 Juillet 2018 inclus

**RAPPORT CONCLUSIONS ET AVIS
DU COMMISSAIRE ENQUETEUR**

PIECE 1 :

- En son titre I dresse procès verbal du déroulement de l'enquête
- En son titre II analyse les observations recueillies pendant l'enquête

TITRE I : PROCES VERBAL DU DEROULEMENT DE L'ENQUETE

I. OBJET DE L'ENQUETE

L'enquête porte sur l'élaboration du Règlement Local de Publicité de ROCHEFORT que la ville, Maître d'Ouvrage, souhaite mettre en œuvre pour les raisons suivantes :

- Aucun RLP ne s'applique depuis le 21 décembre 2012 et l'affichage publicitaire et les enseignes sont actuellement régis par les dispositions nationales. Les règles qui s'appliquent à Rochefort sont celles d'une agglomération de plus de 10 000 habitants.

- Soucieuse de son patrimoine et de son paysage urbain, la ville veut cadrer en amont les possibilités d'installation des supports publicitaires par le biais d'une réglementation locale mieux adaptée.

II. LE PROJET

La délibération en date du 16/09/2015 a défini les objectifs poursuivis par la Commune :

- Valoriser la qualité des paysages urbains,
- Garantir un cadre de vie agréable à ses habitants,
- Améliorer l'attractivité du tissu économique en favorisant la visibilité des activités existantes et des nouvelles implantations,
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine naturel bâti.

La ville de ROCHEFORT possède un patrimoine important en particulier :

- Un site classé, l'estuaire de la Charente,
- Une vingtaine de monuments historiques, classés ou inscrits, dont l'Arsenal, la Gare, l'Hôpital Maritime, le Théâtre Municipal, la Corderie Royale, la Maison de Pierre Loti, le Pont transbordeur du Martrou, les Remparts...
- Un Site Patrimonial Remarquable, issu d'une zone de Protection du Patrimoine Architectural et Paysager (ZPPAUP).

L'application des règles nationales du code de l'Environnement permet d'atteindre un premier niveau d'amélioration du cadre de vie, mais n'est pas suffisante en regard des objectifs attendus, en particulier sur les axes à enjeux ou dans les zones d'activité.

Le projet de RLP prévoit donc cinq Zones de Publicité Réglementées (ZPR0 à ZPR4) dans les limites actuelles de l'agglomération de Rochefort (suivant application du code de la route).

1. Une zone ZPR0, constituée des périmètres à protéger : la publicité n'y est possible que de manière très ponctuelle, sur le mobilier urbain, par exemple.
2. Une zone ZPR1 qui intègre notamment les quartiers résidentiels : la publicité n'y est possible qu'avec des formats réduits.
3. Une zone ZPR2 qui correspond à quelques axes intermédiaires peu larges, où la publicité peut s'installer avec un format un peu plus élevé

4. Une zone ZPR3, qui correspond aux axes et zones d'activité où la publicité peut s'installer plus largement, avec toutefois des limitations en termes de surface, de densité par rapport aux règles nationales.
5. Une zone ZPR4, qui représente les lieux dans lesquels la publicité numérique peut s'installer, avec des limitations en termes de surface, de densité, et des reculs imposés par rapport aux baies d'habitations.

III. REGLEMENTATION

Application de l'article L.581-14 du Code de l'Environnement ainsi que les articles R.123-3 à R.123-27 du Code d'environnement en ce qui concerne les modalités de l'enquête publique.

IV. PROCEDURE D'ENQUETE

1. Mise en place de la procédure d'enquête

1.1 Décision

- Délibération du Conseil Municipal en date du 8 mars 2018
- Nomination du commissaire enquêteur par ordonnance n°E18000087/86 de Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Poitiers en date du 30/05/2018
- Arrêté de la Mairie de Rochefort en date du 8 Juin 2018

1.2 Publicité

- Dans les journaux : conformément à l'article 5 de l'arrêté communal, l'enquête a été annoncée quinze jours avant son ouverture et rappelée dans les huit premiers jours par une publication dans deux journaux de la Charente Maritime :

- L'Hebdo du 14/06/2018
- Le Sud Ouest du 13/06/2018
- L'hebdo du 5/07/2018
- Le Sud Ouest du 5/07/2018

- Par affichage en mairie et panneau électronique sur la place Colbert de Rochefort
- Par affichage en différents points de la commune
 - 1/ Façade de la mairie - Place Colbert
 - 2/ Cour d'honneur de la mairie
 - 3/ Bureau contrôle urbanisme/cadre de vie/salubrité publique
 - 4/ Bureau d'accueil Direction de l'Urbanisme
 - 5/ Centre commercial Matrou devant Totem essence
 - 6/ Avenue du 11 Novembre 1918 devant But
 - 7/ Espace commercial 4 Anes devant panneau numérique wancom
 - 8/ Zone commerciale Villeneuve Montigny devant bureau Vallée
 - 9/ Angle rue Gambetta et Diéras place des médaillés militaires
 - 10/ Statue de Pierre Loti Square Triviers, direction parking Roy Bry
 - 11/ Statue de Pierre Loti Square Triviers direction Centre Ville
 - 12/ Place de Verdun
 - 13/ Entrée de zone des pêcheurs d'Islande face Décathlon
 - 14/ Cours d'Ablois angle Rue Denfert Rochereau Av. Sadi Carnot
 - 15/ Corderie Royale devant la CCI

2. Le dossier

Le dossier soumis à enquête est composé de la façon suivante :

- . Une note de présentation du projet et de l'enquête
- . Un rapport de présentation
- . Le Règlement Local de Publicité : Partie règlementaire
- . Une annexe 1 : Plan de zonage
- . Une annexe 2 : Limites d'agglomération

Les avis des personnes publiques associées :

- . Préfecture : la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites
- . La CCI Rochefort et Saintonge
- . La Direction Départementale des Territoires et de la Mer

3. Déroulement de l'enquête

L'enquête a débuté, conformément aux dispositions réglementaires, le vendredi 29 Juin 2018, et s'est poursuivie jusqu'au Mardi 17 Juillet inclus.

Les pièces du dossier ainsi que le registre d'enquête à feuillets non mobiles ont été déposés à la mairie de ROCHEFORT pendant 19 jours consécutifs afin que chacun puisse en prendre connaissance et consigner éventuellement les observations sur ce registre aux jours et heures d'ouverture de la mairie ou les adresser par écrit au commissaire enquêteur en mairie de ROCHEFORT ;

Le premier jour de l'enquête, le registre a été ouvert et est resté à disposition à la mairie de ROCHEFORT. Je l'ai coté et paraphé.

En application de l'article 4 de l'arrêté communal, je me suis tenue à la disposition du public, en mairie aux dates et heures suivantes :

- Vendredi 29 Juin 2018 de 9h00 à 11h00
- Lundi 2 juillet 2018 de 9h00 à 11h00
- Vendredi 13 Juillet 2018 de 9h00 à 11h00
- Mardi 17 Juillet 2018 de 15h30 à 17h30

La dernière permanence s'est prolongée d'une demi heure pour permettre à un dernier intervenant d'inscrire ses observations sur le registre.

En application de l'article 6 de l'arrêté communal, j'ai clos le registre d'enquête à 18 heures, le dernier jour de permanence, heure de fermeture de la mairie.

4. Avis des personnes publiques associées

Conformément à l'article L 153-16 du Code de l'Environnement, la Mairie de ROCHEFORT a sollicité les avis des personnes publiques associées suivantes :

- Préfecture de la Charente Maritime
- Conseil Départemental de la Charente Maritime
- Conseil Régional
- Etablissement Public chargé de la gestion et de l'élaboration du Schéma de cohérence territoriale, Communauté d'Agglomération de Rochefort

- L'Autorité compétente en matière d'organisation des transports urbains, Communauté d'agglomération de Rochefort
- Etablissement Public de Coopération Intercommunale en matière de programme Local de l'Habitat, Communauté d'agglomération de Rochefort
- La Chambre de Commerce et de d'Industrie
- La Chambre des Métiers et de l'Artisanat
- La Chambre d'Agriculture
- La Direction Départementale des Territoires et de la Mer, Unité Urbanisme et Publicité
- Monsieur l'Architecte des Bâtiments de France
- La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites, formation de Publicité

Ont émis un avis favorable : la Préfecture, le Service Transport et le Service Aménagement et Habitat de la Communauté d'Agglomération de Rochefort. La CCI a émis un avis favorable avec quelques remarques ainsi que la DDTM qui formule plusieurs observations précises qui seront reprises en détail, avec la réponse du Maître d'Ouvrage. Les autres personnes publiques associées n'ont pas émis d'avis dans le délai légal des trois mois, leur avis est donc réputé favorable.

5. Observations recueillies au cours de l'enquête

Le registre d'enquête comporte **deux (2)** observations :

- 1- Les sociétés Fuertes Affichage et Graphic Affichage, adhérentes au SNPE (Syndicat National de la Publicité Extérieure)
- 2- Monsieur LE GAL Alain-Pierre

Cinq (5) observations ont été adressées par mail à la mairie de Rochefort et transmises au commissaire enquêteur :

- 1- LE SNPE (rapport de 7 pages)
- 2- L'UPE : l'Union de la Publicité Extérieure (rapport de 5 pages)
- 3- la Société Pour la Protection des Paysages et de l'Esthétique de la France (SPPEF)
- 4- JC DECAUX
- 5- Nature Environnement 17

Une observation est parvenue à la mairie par courrier : mais anonyme et hors sujet. (article sur les éoliennes...)

TITRE II : ANALYSE DES OBSERVATIONS

Compte tenu de la technicité du dossier, mon procès verbal des observations recueillies au cours de l'enquête a été transmis au Maître d'Ouvrage en listant seulement ces observations, sans première analyse de ma part, car il n'était pas possible de les reclasser par thèmes : les observations abordent des points très techniques demandant une réponse précise. Le Maître d'Ouvrage et le bureau d'étude ont pu me faire parvenir rapidement, dès le 26 Juillet par mail et le 28 Juillet par courrier recommandé leur mémoire en réponse.

Les observations nombreuses et très circonstanciées m'amènent à me poser la question de la mise en œuvre de la concertation préalable : elle s'est déroulée tout au long de l'étude, le registre de concertation a été tenu à la disposition du public, dès la délibération prescrivant l'élaboration du RLP. Plusieurs articles sont parus dans la presse, une page a été ouverte sur le site internet de la ville, et plusieurs réunions ont été mises en place durant la phase d'élaboration du projet :

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

- Réunions du 24 mai 2016, du 3 Mai 2017, et du 16 Octobre 2017 impliquant les personnes Publiques associées.
- Réunion du 14 Juin 2017 impliquant les professionnels de la publicité et de l'enseigne et une vingtaine de personnes y a participé.
- Réunion Publique du 14 Juin 2017 avec 30 personnes environ.

Le résultat de la concertation indique que la participation du public est restée très modérée et le dossier peu consulté par les commerçants et les entreprises de la ville. Néanmoins, les remarques formulées dans le cadre des réunions techniques avec les professionnels de la publicité et de l'enseigne ainsi qu'avec les Personnes Publiques Associées ont permis de faire évoluer le projet. L'enquête publique va permettre de le finaliser.

Nous analyserons successivement les réponses apportées

- 1- Aux personnes Publiques Associées
- 2- Aux observation émises par le SNPE (dont les principales observations sont reprises par les autres professionnels de la publicité), à celles de l'UPE, FUERTES AFFICHAGE, JC DECAUX et Mr LE GAL : toutes leurs observations vont dans le sens d'une demande d'assouplissement du RLP
- 3- Aux observations émises par les associations de défense : SPPEF et Nature Environnement 17 qui souhaitent au contraire que le règlement soit encore plus restrictif.

1-Les observations des Personnes Publiques Associées :

Origine de l'avis	Avis / Remarque / Demande / Observation	Analyse / proposition / impact sur le document
Chambre Agriculture	Avis favorable	
Communauté Agglomération	Service Transports Service Aménagement Habitat – SCOT Pas d'observation	
Etat	Avis favorable, sous réserve de prendre en compte les observations formulées	
Etat (DDTM) (forme)	Distorsion entre limite réelle de l'agglomération et tracé au niveau du quartier des Quatre Anes. Positionner la limite dans le respect du bâti aggloméré.	La limite d'agglomération, correspondant à celle du zonage du RLP, englobe au plus près les parcelles du bâti aggloméré. Les bâtiments commerciaux de la zone du Brillouet ne sont pas inclus dans le contour aggloméré. L'analyse de la remarque nécessiterait d'obtenir de l'Etat des précisions sur le désaccord et le secteur précisément concerné.
	Opportunité d'avoir intégré dans l'agglomération des espaces non bâtis situés en site classé (Ecole de Gendarmerie)	Le zonage s'appuie sur des parcelles « entières », c'est pourquoi celles-ci ont été intégrées. Le fond de ces parcelles n'étant pas bâti, cela donne l'impression d'avoir intégré des espaces non bâtis. Pour autant, cela n'ouvre aucune possibilité pour la publicité. Le raisonnement à l'échelle de la parcelle est bien celui qu'il faut considérer, compte tenu de l'outil SIG (Système

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

		<p>d'Information Géographique) utilisé largement par la ville : cadastre numérisé.</p> <p>La ville n'envisage pas de reprendre le contour aggloméré à ce niveau.</p>
	Zonage : mettre une couleur sur la ZPR1, pour mieux la différencier	La possibilité de mettre une couleur sur la ZPR1 va être analysée
	Le règlement pourrait préciser les objectifs des règles (grille de lecture), afin de limiter les distorsions d'appréciation dans le cadre des demandes d'autorisation.	<p>Cette possibilité va être analysée. Toutefois, l'appréciation de l'intégration d'une enseigne dans son environnement dépend de tellement de paramètres, qu'elle semble difficile à traduire dans un texte ou un tableau.</p> <p>Par ailleurs, l'autorisation d'enseigne est soumise à l'accord préalable de l'ABF.</p>
	Insécurité juridique liée au fait que la publicité sur mobilier urbain soit admise dans toutes les ZPR : risque de porter atteinte au principe d'égalité	<p>Ce n'est pas tout à fait exact, puisque le microaffichage est également admis dans toutes les zones, y compris en ZPR0, ainsi que la publicité de petit format en ZPR1.</p> <p>En revanche, les remarques formulées lors de la CDNPS conduisent à se positionner par rapport à une interdiction totale de toute publicité au cœur du « secteur sauvegardé ».</p> <p>Il est ainsi envisagé par la ville d'interdire toute publicité au cœur du « secteur sauvegardé », dans un périmètre à déterminer.</p>
	Extinction des publicités : rappeler les préoccupations environnementales de la commune, et préciser les périodes d'extinction de l'éclairage public	Des éléments justificatifs seront rajoutés dans le rapport de présentation
	Préciser dans le règlement que les règles sur les vitrophanies ne s'appliquent qu'à l'extérieur des vitrines	Il est proposé de ne pas modifier le règlement , qui pourrait inciter à reporter les autocollants vers l'intérieur des baies. D'autre part, en cas d'évolution réglementaire sur cette problématique grandissante, le règlement se trouverait en écart défavorable.
	Opération « Grand Site » : traitement plus strict de la zone commerciale de Martrou, de l'avenue du 11 novembre, et de l'avenue Jacques Demy : <ul style="list-style-type: none"> • Réduire nombre et taille des 	<p>Les règles proposées par le RLP prévoient déjà un certain niveau d'amélioration :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Densité et surface des publicités, ⇒ Surface et forme des enseignes scellées au sol, leur nombre allant diminuer de par l'application de la règle nationale ⇒ Interdiction des enseignes en toiture <p>Aller au-delà est toujours possible ; il faut veiller toutefois à ne pas créer des déséquilibres de traitement entre les différentes zones commerciales. D'autre part, les dispositifs de</p>

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	<p>dispositifs publicitaires,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harmoniser leur aspect, dans un souci de sobriété et de qualité, • Inclure dans la réflexion l'ensemble des dispositifs de signalétique (publicitaire, directionnelle, patrimoniale...) 	<p>signalisation directionnelle / patrimoniale ne dépendent pas de la même législation.</p> <p>Il est ainsi envisagé par la ville de protéger plus grandement l'avenue Jacques Demy, dans l'axe du Pont Transbordeur, pour sa partie située au sud de la rue Charles Plumier, en y interdisant toute publicité, dans le prolongement du site classé.</p>
	<p>Risques PPRI : il pourrait être préconisé des critères techniques liés à l'installation des supports dans ces périmètres : hauteur des platines et installations électriques par rapport à la cote de référence ; nouveaux supports de type poteaux de potence</p>	<p>L'obligation du respect des contraintes liées à la prévention des risques naturels et des risques inondations sera rajoutée dans l'article 1 de la partie réglementaire.</p>
	<p>Risque vent : porter une attention particulière à la conception des installations et à leur environnement, pour éviter tout dommage aux biens et aux personnes</p>	<p>L'obligation du respect des contraintes liées à la prévention des risques naturels et des risques inondations sera rajoutée dans l'article 1 de la partie réglementaire.</p>
<p>CDNPS (échanges pouvant susciter une évolution du règlement)</p>	<p>Société des Amis de l'Art de La Rochelle / CAUE : Revoir la part donnée à la publicité sur mobilier urbain / reconsidérer / limiter les emplacements</p>	<p>Comme précisé précédemment, il est envisagé par la ville d'interdire toute publicité au cœur du « secteur sauvegardé », dans un périmètre à déterminer.</p>
	<p>JC Decaux / Insert : Mettre une surface hors tout, ou imposer une largeur maximale</p>	<p>Introduire une surface hors tout correspondant à une affiche de 8 m2 revient à créer une surface non envisagée par le Code de l'environnement, ce qui pourrait avoir pour effet d'augmenter les surfaces d'affichage</p> <p>Il est envisagé par la ville de rajouter une largeur</p>

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	sur les structures	maximale pour l'encadrement, ou un % par rapport aux dimensions de l'affiche.
	Clear Channel :Schéma de recul mal compris	Il est envisagé par la ville d'améliorer la lisibilité du schéma.
CCI	Dissocier la ZPR4 de la ZPR3 ; prévoir un dispositif réglementaire dédié à la ZPR4	Incompréhension par rapport à cette remarque : l'objet de la ZPR4 (traitement de la publicité numérique) semble avoir été mal compris par la CCI
	Réduire la surface de 8 m ² prévue en ZPR3	La surface majoritaire actuelle est le 12 m ² . Compte tenu des standards d'affichage actuels, aller en dessous de 8 m ² signifie : adopter le 4 m ² . Le format de 4 m ² est choisi pour certains axes, mais sa généralisation à la ZPR3 ne paraît pas appropriée : différence trop importante avec la situation actuelle, surface trop faible d'affichage en regard de la morphologie des axes. La ville ne souhaite pas réduire le format 8 m² prévu en ZPR3.
	La publicité murale peut heurter le regard en zone résidentielle. Une signalisation adaptée serait plus efficace et mieux intégrée.	Dans la zone la plus résidentielle : ZPR1, la publicité murale est très limitée en surface : 1 m ² . Des règles sont instituées dans l'article 18 pour limiter l'impact de la publicité murale dans toutes les zones : <ul style="list-style-type: none"> - Interdite sur mur en pierres apparentes, - Interdite sur mur de clôture, - Recul de 0.5 m par rapport aux arêtes du mur. Pour l'ensemble de ces raisons, il ne semble pas utile de réglementer plus fortement la publicité murale.
	Il est souhaitable de tendre vers un aménagement paysager et végétalisé des zones commerciales d'entrée de ville.	Remarque pertinente, la mise en valeur des entrées de ville est un enjeu important, pour la première perception de la ville. C'est ainsi qu'un recul a été institué sur l'entrée de ville à partir de Tonnay-Charente. Les autres entrées de ville se situant en transition par rapport à l'extérieur de l'agglomération, la règle restrictive du Code de l'environnement s'applique : interdiction de visibilité des affichages à partir de l'extérieur de l'agglomération. Pour ce qui est de l'aménagement paysager et végétalisé, les actions à conduire sont indépendantes de l'élaboration du RLP.
	Il serait souhaitable d'étendre le RLP de Rochefort à l'échelle de l'agglomération.	Si la compétence PLU est un jour transférée à l'agglomération, le RLP deviendra RLP Intercommunautaire.


Avis du commissaire Enquêteur : les avis émis sont favorables avec des demandes d'éclaircissements pour certains points et des compléments à apporter au RLP : le maître d'ouvrage y apporte des réponses claires et s'engage à amender son document :

- Une couleur sur la ZPR1 va être analysée
- La ville envisage d'interdire toute publicité au cœur du secteur sauvegardé dans un périmètre à déterminer et de protéger plus grandement l'avenue Jacques Demy, dans l'axe du Pont Transbordeur, pour sa partie située au sud de la rue Charles Plumier, en y interdisant toute publicité, dans le prolongement du site classé.
- l'article 1 de la partie réglementaire sera complété dans l'obligation du respect des contraintes liées à la prévention des risques naturels



- Il est envisagé par la ville de rajouter une largeur maximale pour l'encadrement, ou un % par rapport aux dimensions de l'affiche. (Problème abordé dans la suite par tous les professionnels de la publicité)
- l'argumentaire du maitre d'ouvrage me semble convaincant pour tous les autres points abordés.

2- Les observations des professionnels de la publicité :


Nous mettons en premier les observations du SNPE dont le document envoyé par mail est le plus circonstancié : les autres annonceurs reprennent les mêmes arguments

Origine de l'avis	Avis / Remarque / Demande / Observation	Analyse / proposition / impact sur le document
SNPE	Remarque générale sur l'impact important sur le parc existant	<p>La zone où la publicité est possible par le RLP correspond plus ou moins à celle où la publicité est déjà installée, à l'exception, par exemple, des axes naturels où elle n'a pas sa place. Le zonage et les règles instituées sont justifiés dans le rapport de présentation, et n'apparaissent pas comme étant « une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage ».</p> <p>Des règles de dé-densification sont effectivement mises en place, qui visent à mettre un terme à certaines situations impactant aujourd'hui fortement l'environnement.</p>
	Format de 1 m ² inexistant ; passer le format maximal à 2 m ²	<p>La publicité ne se limite pas aux formats « cadrés » cités. Le format maximal de 1 m² intègre par exemple le microaffichage, ainsi que des préenseignes ou publicités permanentes :</p>  <p>Dans ce secteur de la ZPR1, la publicité n'y est présente que de manière très ponctuelle ; il ne s'agit pas de l'y réintroduire, ni de l'admettre jusqu'à 2 m².</p> <p>La règle semble donc adaptée au contexte.</p>
	Surface maximale : ambiguïté sur la surface « hors tout » ou d'affichage	<p>Le lexique précise que la surface maximale évoquée est la surface d'affichage, ce qui exclut l'encadrement !</p> <p>Néanmoins, pour lever toute ambiguïté, le lexique pourrait préciser : « encadrement exclu », et le règlement pourrait être complété par le rajout d'une largeur ou d'un % maximal pour l'encadrement (remarque également formulée en CDNPS).</p>
	ZPR2 : placer les 3 axes « structurants » de la ZPR2 en ZPR3	<p>Ces axes ne sont pas structurants, il s'agit d'axes secondaires. La réduction du format d'affichage y est justifiée dans le rapport de présentation : la publicité grand format y est disproportionnée, en regard de l'étroitesse des axes. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.</p>
	Modification demandée pour la définition du linéaire de façade en angle de rue : additionner les longueurs des	<p>Etant donné que les rues adjacentes à une rue où la publicité est permise peuvent ne pas recevoir de la publicité, si elles se situent dans une zone où celle-ci n'est pas admise, il n'est pas cohérent de reporter l'affichage « possible » sur un même axe, et, qui plus est, à une intersection.</p> <p>L'article 17 du RLP pourrait définir, pour le cas particulier des</p>

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	côtés, au lieu de procéder rue par rue.	unités foncières en angle de rue, un linéaire minimum d'installation de 30 m, au lieu de 15 m, ce qui satisferait l'esprit recherché.
	Interdistance au sein de l'unité foncière : la passer à 50 m au lieu de 70 m.	L'interdistance prévue par le RLP n'est pas incompatible avec le H/2. Le fait de réduire cette contrainte permettrait de satisfaire plus de cas possibles. Sous réserve d'une analyse complémentaire, la ville pourrait réduire cette interdistance à 60 m.
	Revoir l'interdiction de publicité en entrée de ville avenue du Colonel Fuller ; n'appliquer le recul que sur le côté impair de l'axe, afin de préserver un emplacement publicitaire indispensable pour la communication de l'enseigne de grande distribution implantée dans cette zone.	La véritable vue en entrée de ville en venant de Tonnay-Charente est celle-ci ; la première image de Rochefort est celle de publicités, ce qui n'est pas en accord avec l'objectif recherché :  Les publicités situées sur le côté pair de l'axe (à gauche sur la photo) ne bénéficient en rien à l'enseigne de grande distribution implantée dans cette zone (Lidl) ; elles masquent même la visibilité sur le magasin et sur les enseignes, en arrière plan. La ville ne souhaite pas supprimer cette contrainte.
	Recul de 1 m par rapport à l'alignement : retirer cette disposition, étant donné que l'article R.581-33 du Code de l'environnement ne s'applique pas sur la limite séparative avec le domaine public. Conseil d'Etat : une règle générale de recul par rapport au domaine public constitue une contrainte disproportionnée pour les afficheurs	La règle proposée par le RLP : - N'entend pas étendre la règle du R.581-33 du Code de l'environnement aux limites séparatives avec le domaine public, - N'est pas générale, car elle ne concerne que les intersections, sur une distance de 5 m. La mise en place d'une telle règle est possible dans le RLP.
	Implantation perpendiculaire à la voie : retrait de cette disposition.	La mise en place de cette règle vise à éviter d'avoir des installations dans « tous les sens » :  Il pourrait être rajouté une tolérance autour de la perpendicularité : +/- 10 ° par exemple, afin de rendre la règle plus souple et facile à appliquer, en fonction de la configuration des lieux.

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	<p>Modifier l'interdiction des passerelles, en permettant qu'elles soient escamotables.</p>	<p>Seuls deux ou trois cas ponctuels sont présents sur la ville, tous sur des supports scellés au sol. La règle permet d'éviter ce genre de situation :</p>  <p>Les exemples fournis par le SNPE de photos de passerelles escamotables concernent des supports muraux. Pour les supports scellés au sol, la mise en place de passerelles escamotables revient à augmenter la surface frontale du support, ce qui n'est pas l'objectif recherché.</p> <p>L'assouplissement de cette règle ne semble donc pas approprié.</p>
--	---	---


Avis du commissaire enquêteur : le SNPE fait état (d'après leur propre étude d'impact) de la suppression prévisible de 60% des dispositifs publicitaires avec l'application du RLP et donc une baisse importante du chiffre d'affaires des annonceurs. Le SNPE réclame un adoucissement des règles dans toutes leurs observations concernant : le dimensionnement des panneaux, le zonage, les règles de densité, le recul de 1 m par rapport au domaine public et l'esthétisme des dispositifs. Les réponses du Maître d'Ouvrage sur chaque cas évoqué sont parfaitement claires et argumentées en renvoyant au rapport de présentation et aux objectifs recherchés, mais admettent, dans certains cas des modifications ponctuelles :

- Précisions à apporter sur le format « encadrement exclu » : le règlement pourrait être complété par le rajout d'une largeur ou d'un % maximal pour l'encadrement (remarque également formulée en CDNPS).
- Modification de l'article 17 du RLP qui pourrait définir, pour le cas particulier des unités foncières en angle de rue, un linéaire minimum d'installation de 30 m, au lieu de 15 m, ce qui satisfierait l'esprit recherché.
- Interdistance au sein d'une unité foncière : sous réserve d'une analyse complémentaire, la ville pourrait réduire cette interdistance à 60 m.
- Concernant l'implantation perpendiculaire à la voie : Il pourrait être rajouté une tolérance autour de la perpendicularité : +/- 10 ° par exemple, afin de rendre la règle plus souple et facile à appliquer, en fonction de la configuration des lieux.

La réponse du Maître d'Ouvrage me paraît claire et consensuelle.

Origine de l'avis	Avis / Remarque / Demande / Observation	Analyse / proposition / impact sur le document
UPE	Préciser à l'article 2 que la notion d'agglomération s'entend « peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti ».	<p>Cette précision apportée par Conseil d'état ne semble pas indispensable à rajouter : cette phrase très générale n'apporte rien dans le contexte, puisque l'arrêté définissant les limites d'agglomération a fait parfaitement coïncider le contour aggloméré avec la présence des panneaux d'entrée / sortie d'agglomération.</p> <p>Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.</p>

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	<p>Préciser que la surface réglementée du RLP ne concerne que l'affiche, hors encadrement.</p>	<p>Le lexique donne déjà une précision, qui pourra être complétée par « hors encadrement ». Par ailleurs, comme vu précédemment, le RLP pourra préciser une règle concernant la largeur, ou le % maximal de l'encadrement.</p>
	<p>Demande que les installations des publicités puissent rester libres au sein de l'unité foncière.</p>	<p>Bien que le Code de l'environnement ne prévoise pas de règle au sein de l'unité foncière, le RLP est en capacité de le faire. L'objectif est de dé-densifier, d'éviter que les supports soient trop proches, voire côte à côte, afin d'en limiter l'impact. La réduction de cette contrainte à une valeur inférieure sera analysée (Cf SNPE)</p>
	<p>Demande de maintenir la possibilité des passerelles, sous réserve qu'elles soient amovibles et escamotables</p>	<p>Même réponse que pour le SNPE. L'assouplissement de cette règle ne semble donc pas approprié.</p>
	<p>Demande de moduler la règle concernant les installations perpendiculaires à la voie : il s'agirait d'une installation « de préférence » perpendiculaire à la voie, sous réserve de la bonne lisibilité du message.</p>	<p>La réécriture suivant la proposition de l'UPE serait source d'interprétation. Une solution serait de rajouter une tolérance autour de la perpendicularité : +/- 10 °par exemple, afin de rendre la règle plus facile à appliquer (idem SNPE).</p>
	<p>Demande de privilégier la mise en place d'un seul pied visible, plutôt que de l'imposer.</p>	<p>Les structures ne présentant qu'un pied visible sont aujourd'hui de plus en plus répandues. Il en existe déjà un ratio conséquent à Rochefort. D'autre part, le maintien possible des structures à deux pieds visibles pourrait conduire, du fait de la modification du format d'affichage : passage de 12 m² à 8 m², à des supports totalement déséquilibrés ou inesthétiques :</p>  <p>La suppression de cette règle ne semble donc pas appropriée.</p>
	<p>Demande de précision des horaires d'extinction des</p>	<p>(Cf remarque Nature Environnement 17).</p>

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	publicités lumineuses	
	La définition du linéaire de façade est contraire à la jurisprudence récente	(Cf remarque SNPE).

Avis du commissaire enquêteur : le syndicat UPE reprend plusieurs points déjà évoqués par le SNPE et le maitre d'ouvrage y apporte les mêmes réponses (surface hors encadrement, assouplissement des règles de perpendicularité, réduction de l'interdistance dans l'unité foncière, définition du linéaire de façade). Une demande supplémentaire de l'UPE qui regrette que le règlement impose la mise en place d'un seul pied visible : photo à l'appui le Maitre d'Ouvrage démontre que cette obligation doit être conservée dans le RLP. Les observations de l'UPE ont reçu des réponses argumentées de la part du Maitre d'Ouvrage.

Origine de l'avis	Avis / Remarque / Demande / Observation	Analyse / proposition / impact sur le document
FUERTES AFFICHAGE	Complément / demande SNPE sur l'interdiction de publicité en entrée de ville côté Tonnay-Charente. Fuertès souhaite que la levée de l'interdiction, demandée par le SNPE sur le côté pair de l'axe, porte sur les deux côtés de la voie.	<p>Le côté impair de l'axe (à droite en entrée de Rochefort) correspond à du bâti résidentiel, où la publicité y est mal intégrée :</p>  <p>Le 4X3 scellé juste à hauteur de l'entrée de ville, après le pont, masque la perspective sur le bâti.</p>  <p>Un peu plus loin, les publicités murales impactent particulièrement l'alignement de la rue.</p> <p>Pour ces raisons, la ville ne souhaite pas supprimer cette contrainte.</p>
	Demande que l'article 17 soit modifié, pour admettre des publicités à partir d'un linéaire de façade de 10 m, et non de 15 m.	<p>La détermination du minimum parcellaire ne relève pas de l'arbitraire, mais de l'analyse des longueurs des unités foncières sur les axes concernés. Passer le minimum à 10 m revient à admettre les publicités sur la grande majorité des parcelles.</p> <p>Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande, la ville souhaite en effet dé-densifier la publicité sur les axes.</p>
	Demande, pour l'installation perpendiculaire à la voie, la	<p>La remarque rejoint celles déjà formulées par le SNPE et l'UPE.</p> <p>Il pourrait être rajouté une tolérance autour de la perpendicularité : +/- 10 ° par exemple, afin de rendre la règle plus souple et facile à appliquer, en fonction de la</p>

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	précision par rapport à l'angle d'installation	configuration des lieux.
	Si la parcelle est bordée de deux voies, par rapport à laquelle se fait la perpendicularité ?	Dans l'esprit du règlement, et en cohérence avec la définition du linéaire de façade figurant dans le lexique, les règles s'appliquent en prenant en compte la « voie ouverte à la circulation publique depuis laquelle le dispositif est vu ». En angle de rue, le support est installé pour s'adresser, en général, à un axe principal. C'est par rapport à cette notion qu'il convient de raisonner. L'article 18 pourrait évoluer en rajoutant cette précision.
	Article 18, page 11 : le schéma n'est pas facilement interprétable. Alignement : trottoir, ou domaine public, ou domaine privé ?	Remarque également produite par Clear Channel lors de la CDNPS. Le schéma pourra être amélioré, par l'ajout, par exemple, de couleurs. L'alignement concerne la limite avec le domaine public. Le lexique du RLP pourra apporter cette définition, pour éviter toute confusion.
	Article 18, page 11 : dans le cas d'une parcelle en angle, préciser comment est pris le linéaire de façade, ainsi que le recul.	L'intégration d'un schéma explicatif pourrait apporter cette précision, pour lever toute ambiguïté.
	Article 18, page 12 : demande de suppression de l'interdiction sur murs en pierres apparentes.	Les murs en pierres apparentes méritent en général d'être préservés. C'est pourquoi, le RLP a prévu cette interdiction. Au vu des objectifs du RLP, il ne semble pas opportun de lever cette interdiction.

Avis du commissaire enquêteur : Les trois premières observations de FUERTES AFFICHAGE et GRAPHIC AFFICHAGE notées dans le registre d'enquête reprennent les remarques précédemment formulées par SNPE et UPE auxquelles le Maître d'Ouvrage a répondu. Celui-ci s'engage à apporter des explications complémentaires ou des schémas plus explicites aux trois observations suivantes. En ce qui concerne la dernière observation : demande de suppression de l'interdiction sur murs en pierres apparentes, FUERTES AFFICHAGE a signalé lors de la permanence que cela pouvait inciter les propriétaires de ces murs à les crépir pour pouvoir bénéficier des revenus d'un affichage publicitaire ...A mon avis, crépir une façade en moellons de pierres apparentes demande une déclaration de travaux, et donc une autorisation.

Origine de l'avis	Avis / Remarque / Demande / Observation	Analyse / proposition / impact sur le document
JC DECAUX	Demande à ce que le RLP précise les définitions de la publicité sur mobilier urbain	La publicité sur mobilier urbain est un sous-ensemble de la publicité, c'est une forme particulière de publicité, telle que définie par l'article L.581-3 du Code de l'environnement. Ainsi, il n'y a pas lieu de modifier l'article 2, le principe de réglementation de la publicité sur mobilier urbain y étant sous-entendu. Pour clarifier totalement, le lexique pourrait en revanche,

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

		comme proposé par JC Decaux, prévoir de définir ce que l'on entend par publicité sur mobilier urbain.
	Demande à ce que soit rajouté un article spécifique au mobilier urbain dans chaque zone du RLP.	Cela n'apparaît pas nécessaire , les articles 15 et 16 précisent l'application des règles pour chaque catégorie de publicité, y compris la publicité sur mobilier urbain.
	Demande à ce que soit rajouté le fait de lever l'interdiction relative de publicité pour tous les cas prévus par l'article L.581-8 du Code de l'environnement : c'est-à-dire le Site Patrimonial Remarquable, mais aussi les abords des monuments historiques.	Cette précision est déjà apportée dans le rapport de présentation. La partie réglementaire n'a pas à repréciser ces dérogations : elle doit en revanche préciser, zone par zone, quels sont les types de publicités admises, et celles qui ne le sont pas. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.
	Demande de modifier les articles 15-2 à 15-4, pour que les interdictions de publicité scellée au sol ou le recul demandé ne s'appliquent pas à la publicité sur mobilier urbain.	De par la rédaction des articles concernés, il apparaît clairement que les restrictions citées ne s'appliquent pas à la publicité sur mobilier urbain. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.
	Souhaite que la publicité numérique sur mobilier urbain soit admise dans toutes les zones du RLP, et pas seulement en ZPR4	L'impact visuel d'une publicité numérique sur mobilier urbain est le même que celui d'une publicité numérique sur propriété privée. Il n'y a donc pas lieu de mettre en place un régime trop permissif pour la publicité sur mobilier urbain. Ceci constituerait même une fragilité pour le RLP. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.
	Demande à ce que la publicité sur mobilier urbain ne soit pas concernée par la règle d'extinction.	L'extinction des mobiliers urbains est effectivement « traitée à part » par le Code de l'environnement. Cependant, bien que celui-ci remplisse une fonction principale d'information des usagers, il ne semble pas judicieux, compte tenu de l'extinction nocturne totale de l'éclairage urbain, d'apporter des points lumineux ponctuels qui pourraient éventuellement venir perturber la circulation routière, compte tenu d'un éclairage ambiant inexistant ailleurs. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.

Avis du commissaire enquêteur : le Maitre d'Ouvrage s'engage à définir plus précisément ce que l'on entend par publicité sur mobilier urbain pour répondre à la première observation de JC DECAUX. En revanche il estime et prouve que les autres demandes ne sont pas justifiées. Les réponses me paraissent claires et argumentées.

Monsieur Alain Pierre LE GAL est venu consulter le dossier à la dernière demi heure de la dernière permanence qui s'est donc prolongée une demi heure de plus pour lui permettre d'inscrire ses observations.

Origine de l'avis	Avis / Remarque / Demande / Observation	Analyse / proposition / impact sur le document
M. A.P. LE GAL	Article 21-5 : l'interdiction d'enseigne sur lambrequin de store parait trop restrictive : les lambrequins ayant été, au départ, créés pour cela.	<p>Cette interdiction a été posée afin de limiter le nombre d'enseignes en SPR, pour mettre en évidence l'immeuble, au travers de la sobriété des enseignes. Les enseignes sur lambrequins peuvent être disparates d'un commerce à l'autre. De plus, bien souvent, l'enseigne sur lambrequin est la répétition de l'enseigne en bandeau et n'apporte aucune information supplémentaire. Le RLP prévoit que des lettres collées puissent être installées sur la vitrine du commerce : cette possibilité répond, entre autres, au besoin de signalisation pour le cas où le store se situe au dessus du bandeau, et qu'il masque la visibilité sur le bandeau lorsqu'il est abaissé.</p> <p>La réintroduction de la possibilité d'enseignes sur lambrequin sera analysée.</p>
	Hors SPR, les lettres collées ne tiendront pas longtemps sur les tôles ; il vaut mieux prévoir des lettres peintes, découpées ou lumineuses.	<p>Dans l'article 21-2, concernant l'agencement et les caractéristiques de enseignes à plat sur mur, il est prévu que, hors SPR, les enseignes soient constituées de lettres indépendantes, ou de pancartes rapportées. Il n'est pas exclu d'envisager des lettres peintes, ou un découpage de la tôle, ou des lettres lumineuses, en relief ou non.</p> <p>Les lettres collées sont le plus largement proposées dans le RLP lorsqu'il s'agit d'enseignes apposées sur les baies.</p>
	Hauteur des totems limitée à 2.5 m : ceci parait insuffisant pour assurer une bonne lisibilité et une parfaite sécurité.	<p>Ce cas ne concerne que les bâtiments de type habitation, situés hors SPR. Pour ces cas, la configuration fréquente est d'avoir un local commercial relativement proche de la voie, avec une emprise foncière de surface limitée, et une seule activité présente. La hauteur de 2.5 m apparait suffisante pour assurer la signalisation de l'activité.</p> <p>Nota : pour les bâtiments de type hangar hors SPR, la hauteur est limitée à 6 m.</p>
	Il est dommage d'interdire les lettres néon, issues d'un brevet Français et d'un savoir faire développé dans le monde entier.	<p>L'utilisation de lettres néon peut conduire à un résultat d'éclairage cru et vif, qui n'est pas en relation avec la discrétion attendue sur les enseignes et leur éclairage en SPR.</p> <p>Il faut noter toutefois que les installations d'enseignes sont soumises à l'accord préalable de l'ABF. L'article 20 précise que : « des dérogations dans le cadre de l'application des articles 21 et 22 ne seront envisagées que pour les cas suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - S'il est démontré qu'il est impossible ou non opportun d'installer une enseigne conforme aux règles édictées, - S'il est présenté un projet original et artistique, conférant au commerce une identité propre. » <p>Ainsi, un projet utilisant des lettres néon, peut, s'il correspond à ce contexte, être proposé.</p>

	<p>La loi nationale oblige un dispositif de gestion autonome de l'intensité lumineuse. Pourquoi ne pas l'avoir repris ?</p>	<p>Concernant la publicité lumineuse numérique, l'article R.581-41 du Code de l'environnement prévoit que : « Afin d'éviter les éblouissements, les dispositifs publicitaires numériques [...] sont équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante. ». Cette règle n'est pas applicable aux enseignes ; elle n'impose pas non plus l'utilisation d'un tel système, mais seulement sa présence, ce qui n'est pas totalement satisfaisant.</p> <p>Concernant les enseignes, l'article R.581-59 du Code de l'environnement prévoit que « les enseignes lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel, portant notamment sur les seuils maximaux de luminance, exprimés en candelas par mètre carré et l'efficacité lumineuse des sources utilisées, exprimée en lumens par watt ». Il n'y a donc pas d'obligation prévue par la loi de mise en œuvre requise d'un « dispositif de gestion autonome »</p>
--	---	---

Avis du commissaire enquêteur : aux questions pertinentes de Mr LE GAL, le maitre d'ouvrage apporte des réponses précises et s'engage à modifier en conséquence les termes de la réglementation pour les points de détails évoqués.

3- Les observations émises par les associations de défense : La Société pour la Protection des Paysages et de l'Esthétique de la France (SPPEF) et NATURE ENVIRONNEMENT 17 qui regrettent que le RLP n'aille pas plus loin dans ses prescriptions.

Origine de l'avis	Avis / Remarque / Demande / Observation	Analyse / proposition / impact sur le document
SPPEF	<p>Limites d'agglomération : La SPPEF demande à ce que certaines limites soient revues, pour « coller » au bâti</p>	<p>Le tracé du contour a pris en compte des parcelles <u>entières</u>, c'est pourquoi on se retrouve avec des fonds de parcelles non bâtis inclus dans le contour aggloméré.</p> <p>Le raisonnement à l'échelle de la parcelle est bien celui qu'il faut considérer, compte tenu de l'outil SIG (Système d'Information Géographique) utilisé largement par la ville : cadastre numérisé.</p> <p>Le tracé de cette limite d'agglomération et l'arrêté pris au titre du Code de la route dépendent du pouvoir de police du Maire en matière de circulation routière.</p> <p>D'autre part, la remarque formulée est sans objet, puisque l'intégration de ces fonds de parcelles dans le contour aggloméré n'ouvre aucune possibilité d'affichage supplémentaire, compte tenu du zonage du RLP.</p> <p>Pour ces raisons, la ville n'envisage pas de reprendre le contour aggloméré.</p>
	<p>Microaffichage :</p> <ul style="list-style-type: none"> • il faudrait le limiter partout à 0.5 m², • il faudrait imposer qu'il soit parallèle à la façade ; à défaut, la publicité serait moins 	<ul style="list-style-type: none"> • Il est limité à 0.5 m² en ZPR0, mais pas dans les autres zones. Il est peu probable en ZPR1 et en ZPR2. En ZPR3 ou ZPR4, la dimension des vitrines est adaptée à un microaffichage de plus grand format (le format unitaire maximal imposé par le Code de l'environnement étant 1 m²). <p>Pour ces raisons, la ville ne souhaite pas limiter le microaffichage publicitaire à 0.5 m² ailleurs qu'en ZPR1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Installation perpendiculaire : il s'agit d'une erreur d'interprétation : le microaffichage doit nécessairement <u>recouvrir</u> partiellement la baie (L.581-8), ce qui exclut une apposition perpendiculaire. D'autre part, le microaffichage

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	contrainte que les enseignes et échapperait à toute autorisation (ABF et Maire)	publicitaire est soumis à déclaration préalable, et non à autorisation préalable.
	ZPR0 – ZPR1 : il faut mettre des contraintes sur la publicité sur mobilier urbain : ✓ La supprimer totalement, ✓ Ou, limiter les surfaces à 2 m ² avec une règle d'interdistance de 80 m.	Cette remarque recoupe celle de la CDNPS. Il semble effectivement opportun de créer une zone interdite à la publicité sur mobilier urbain (et au microaffichage) au cœur du secteur sauvegardé. Il est ainsi envisagé par la ville d'interdire toute publicité au cœur du « secteur sauvegardé », dans un périmètre à déterminer. Nota : mettre une interdistance de 80 m entre mobiliers urbains n'a guère de sens ; c'est la ville qui en maîtrise l'installation. L'interdistance est le plus souvent bien supérieure à 80 m... Sauf dans le cas d'abris voyageurs, qui peuvent (doivent) parfois être face à face, ou côte à côte : il serait alors aberrant de mettre une telle interdistance.
	ZPR2 • Porter le minimum parcellaire pour autoriser la publicité à 30 m, au lieu de 15 m, • Limiter la publicité sur mobilier urbain à 4 m ² , comme les publicités murales	<ul style="list-style-type: none"> • La détermination du minimum parcellaire ne relève pas de l'arbitraire, mais de l'analyse des longueurs des unités foncières sur les axes concernés. Passer le minimum à 30 m revient à une interdiction déguisée d'affichage. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande. • Le format de 4 m² sur mobilier urbain ne correspond à aucune réalité. Sur ces axes, la surface maximale de la publicité sur mobilier urbain est de 2 m². Il n'y a aucun enjeu pour qu'elle y soit de surface plus importante. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.
	ZPR3 • Mettre une surface maximale de 7 m ² pour la publicité, • Limiter la publicité sur mobilier urbain à 4 m ²	<ul style="list-style-type: none"> • La publicité non numérique est organisée autour de « standards » d'affichage : 12 m², 8 m², 4 m², 2 m². Le format « 8 m² » correspond concrètement à des affiches dont la surface se situe le plus souvent aujourd'hui entre 7.7 m² et 8 m². • Le format de 7 m² ne correspond à aucune réalité. Ce qui est différent pour la publicité numérique, pour laquelle on trouve des surfaces très variables. • De plus, il faut garder une certaine cohérence : à surfaces égales, la publicité numérique a plus d'impact que la publicité non numérique, il semble donc logique de prévoir une surface plus grande pour cette dernière. • Le format de 4 m² sur mobilier urbain ne correspond à aucune réalité. Il ne semble donc pas opportun d'opter pour cette surface. <p>Il ne semble pas opportun d'intégrer ces demandes.</p>
	ZPR4 • Imposition d'une densité et	C'est la ville qui maîtrise les implantations ; la densité est nécessairement faible sur ce genre de panneaux, compte tenu

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	d'une surface maximale de 4 m ² pour la publicité numérique sur mobilier urbain.	de l'impact attendu pour la communication. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.
	Protection des murs anciens et clôtures : y interdire les publicités et les enseignes	Les publicités y sont interdites par l'article 18. Interdire les enseignes sur les murs anciens n'est pas réaliste. Les règles instituées pour les enseignes murales en centre ancien sont qualitatives et visent au contraire à mettre en valeur les façades de caractère. Il ne semble pas justifié d'intégrer cette demande.
	Chevalets	Les chevalets sur le domaine public sont assimilables à des enseignes, dès lors qu'ils sont placés au droit de la devanture commerciale qu'ils signalent, et dès lors qu'ils ont fait l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public. Les chevalets sont des publicités s'ils sont placés à distance du commerce signalé. Suivant que l'on ait affaire à l'un ou l'autre des cas, les règles applicables sont différentes.

Avis du commissaire enquêteur : les réponses apportées par le Maître d'Ouvrage expliquent et démontrent les options choisies dans la rédaction du RLP : elles me paraissent justifiées.

Origine de l'avis	Avis / Remarque / Demande / Observation	Analyse / proposition / impact sur le document
NATURE ENVIRONNEMENT 17	Réduire encore le format d'affichage : passer de 8 m ² à 4 m ² de surface maximale.	Le format de 4 m ² correspond au standard des agglomérations de moins de 10 000 habitants, ce qui n'est pas le cas de Rochefort. D'autre part, l'affichage publicitaire « papier » n'est pas encore très développé au format 4 m ² . Ensuite, c'est le format 12 m ² qui est aujourd'hui le plus largement répandu sur la ville, il y aurait donc une marche très importante à franchir. Enfin, compte tenu de la largeur des axes et des dimensions des emprises foncières en ZPR3, le format 8 m ² semble approprié. Il ne semble pas opportun d'intégrer cette demande.
	La démarche « Grand Site de France » n'est pas mentionnée dans le rapport de présentation. La prise en compte de cet enjeu aurait permis de proposer un projet de RLP plus ambitieux.	Les travaux de mise en valeur du Pont Transbordeur sont évoqués, vis-à-vis de la mesure d'interdiction des enseignes en toiture. Par ailleurs, la richesse patrimoniale de la ville est souvent évoquée, dans le cadre des restrictions sur les publicités et également sur les enseignes. La remarque rejoint celle de la DDTM : le RLP pourrait évoluer dans le sens d'une protection plus large de l'avenue Jacques Demy, dans le prolongement du site classé.
	L'opportunité de développer la SIL est évoquée, mais rien n'est prévu pour sa	Cette mise en application ne relève pas du RLP, mais d'une charte qui serait à élaborer. La SIL est en effet régie par le Code de la route

ENQUÊTE PUBLIQUE CONCERNANT L'ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA COMMUNE DE ROCHEFORT

	mise en application concrète.	
	Publicité sur mobilier urbain plus cadrée, et interdite en ZPR0.	Cette remarque recoupe celle de la CDNPS + SPPEF Il semble effectivement opportun de créer une zone interdite à la publicité sur mobilier urbain au cœur du secteur sauvegardé
	Horaire d'extinction des publicités et des enseignes lumineuses à préciser et à rendre conforme avec les dispositions nationales.	La description précise des horaires d'extinction des publicités et des enseignes est impossible à intégrer dans le RLP, et ce pour les raisons suivantes : <ul style="list-style-type: none"> • le système « nouvelle génération » de l'éclairage est en cours de déploiement, ce qui risque de durer encore plusieurs mois, • d'autre part, les horaires dépendent / dépendront du secteur de la ville, de sa fréquentation et de son caractère : commercial / résidentiel. Il conviendra donc, lors d'une installation, que l'afficheur ou le poseur d'enseignes se rapproche de la ville pour connaître les contraintes applicables sur le lieu concerné. Pour ce qui est des horaires eux-mêmes, et de la contrainte déjà fixée par le Code de l'environnement : extinction de 1h00 à 6h00, le RLP rappellera que l'application de cette règle est cumulative.
	La publicité lumineuse sur toiture n'est pas réglementée, ce qui manque au dispositif	La publicité lumineuse en toiture n'est pas présente sur la ville, et n'a aucune probabilité d'installation, compte tenu de la typologie du bâti, et des enjeux. Par ailleurs, ces publicités sont soumises à autorisation du Maire. Par analogie à l'interdiction sur les enseignes en toiture, aucune publicité lumineuse ne pourrait s'installer en toiture. Il ne semble pas utile d'intégrer cette demande.

Avis du commissaire enquêteur : les points évoqués par Nature Environnement 17 ont eu une réponse donnée dans l'analyse des observations des autres intervenants. NE 17 aborde le problème des horaires d'extinction des publicités auquel le Maitre d'Ouvrage apporte des renseignements complémentaires.

DEPARTEMENT DE LA CHARENTE MARITIME

COMMUNE DE ROCHEFORT

**ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE
PUBLICITE DE ROCHEFORT**

ENQUETE PUBLIQUE

Du Vendredi 29 Juin 2018 au Mardi 17 Juillet 2018 inclus

**RAPPORT CONCLUSIONS ET AVIS
DU COMMISSAIRE ENQUETEUR**

PIECE 2 :

- En son titre III, expose les conclusions et formule un avis motivé (document déparé)

TITRE III : CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE

I. SUR LE DEROULEMENT DE L'ENQUETE

L'enquête s'est déroulée conformément aux textes et dispositions en vigueur. Le registre d'enquête a été mis à la disposition du public à la Mairie de ROCHEFORT et consultable sur le site internet de la mairie. Les panneaux d'avis d'enquête publique ont été mis en place sur 15 emplacements stratégiques de la commune.

Le projet soumis à enquête se présente sous la forme d'un dossier : rapport de présentation/partie règlementaire/Annexe 1 : plan de zonage/ Annexe 2 : limites d'agglomération et une carte de zonage grand format affiché dans le couloir de la Mairie. La partie règlementaire a été photocopiée et remise lors de la troisième permanence aux représentants des sociétés FUERTES AFFICHAGE et GRAPHIC AFFICHAGE pour leur permettre de formuler leurs observations pour la quatrième et dernière permanence.

II. SUR LES RESULTATS DE L'ENQUETE

L'enquête a soulevé de nombreux points à éclaircir, à préciser, à compléter que les observations aillent dans le sens d'un assouplissement du règlement, comme le demandent les professionnels de la publicité, ou au contraire dans le sens de mesures plus restrictives souhaitées par les associations de défense.

Le bureau d'étude et le maître d'ouvrage ont apporté, à mon avis, des précisions satisfaisantes avec un argumentaire convaincant, se référant au rapport de présentation et aux objectifs recherchés.

La concertation a été menée tout au long de l'élaboration du dossier (depuis 2016) et le Maître d'Ouvrage reste ouvert aux améliorations qui peuvent être apportées dans la rédaction du règlement, dans la mesure où ces propositions ne viennent pas contredire les objectifs recherchés, validés par la commune.

III : LES ASPECTS POSITIFS

- L'objectif premier de dé-densifier la publicité permet de revaloriser la qualité de paysages urbains et à l'heure de la dématérialisation des informations, cette démarche paraît nécessaire et logique.

- La ville de Rochefort possède des lieux patrimoniaux importants qui méritent d'être préservés.

- Le règlement tente d'instituer un équilibre entre les exigences des professionnels de la publicité et les demandes des associations de défense des sites.

- Le Maître d'ouvrage précise que le projet peut être amené à évoluer en fonction des avis collectés, des conclusions de cette présente enquête et de la décision du Conseil Municipal

IV : LES ASPECTS NEGATIFS

- Les conséquences économiques pour les annonceurs qui parlent d'un démontage de 60% de leurs dispositifs publicitaires grand format. L'application du règlement est obligatoire dans les 2 ans pour les grands panneaux et 6 ans pour les enseignes.

- Comme le montrent les nombreux recours et les exemples de jurisprudence cités par les professionnels, la publicité est régie par des enjeux financiers importants. C'est la raison pour laquelle j'ai interrogé le Maître d'ouvrage sur les sanctions applicables en cas de non respect du règlement : En cas d'infraction au Code de l'environnement ou au règlement local de publicité, le Maire met en œuvre ses pouvoirs de police de la publicité, par le biais des actions suivantes :

- Une procédure amiable de demande de mise en conformité, puis, en cas de maintien de l'infraction, par le déroulement de la procédure administrative prévue par les articles L.581-26 et suivants du Code de l'environnement :
- Un PV, établi par un agent assermenté (liste fournie par l'article L.581-40 du Code de l'environnement)
- Un arrêté de mise en demeure, demandant la suppression ou la mise en conformité, sous un délai de 15 jours. A l'issue de ce délai, sont possibles :
 - La mise en recouvrement d'une astreinte : 208.17 € / jour et par support en infraction (tarif 2018),
 - Ou l'enlèvement ou la mise en conformité d'office, aux frais du contrevenant. Préfet et Procureur sont informés de la démarche.

En conclusion

Considérant que le projet soumis à enquête :

- **A fait l'objet d'une publicité réglementaire suffisante pour que le public et les professionnels puissent normalement s'exprimer,**
- **Que les Personnes Publiques Associées concernées ont émis un avis favorable,**
- **Que toutes les observations émises ont reçu une réponse circonstanciée de la part du maître d'Ouvrage**
- **Que le projet peut être amené à évoluer et que le maître d'ouvrage s'engage à prendre en compte les observations qui permettent de préciser certains points du règlement**
- **Que la dématérialisation des informations publicitaires entraîne le phénomène positif de la dé-densification de la publicité**

J'émet un :

AVIS FAVORABLE