



Enquête publique relative au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal Ferté Saint-Michel

Déposition de l'association France Nature Environnement Pays de la Loire

I - Propos introductifs :

Les parcs naturels régionaux (PNR) sont définis par la loi comme étant « *un cadre privilégié des actions menées par les collectivités publiques en faveur de la préservation des paysages et du patrimoine naturel et culturel* » (article L. 333-1 du code de l'environnement).

L'affichage publicitaire est identifié comme une « *pollution* » et une « *nuisance* », puisque les dispositions législatives et réglementaires le concernant constituent le chapitre Ier du titre VIII (« *Protection du cadre de vie* ») du livre V (« *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* ») du code de l'environnement.

La publicité extérieure constitue un puissant facteur de banalisation du territoire, puisque les mêmes dispositifs standardisés sont installés partout en France. À l'inverse, les interdictions légales énoncées par les articles, L. 581-7 (interdiction de la publicité hors agglomération) et L. 581-8 (interdiction de la publicité en agglomération dans les parcs naturels régionaux) permettent de garantir la spécificité du territoire et de renforcer son identité.

La communauté de Commune de la Ferté-Saint-Michel est entièrement située à l'intérieur du Parc Naturel Régional Normandie-Maine. Elle contribue donc, par son adhésion à la charte, à la réalisation des objectifs poursuivis par le Parc Naturel Régional.

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal apporte la réponse à un besoin de visibilité et d'affichage pour les activités économiques présentes sur le territoire de la commune de la Ferté-Macé, qui constitue le pôle économique le plus important du Parc. Cela doit cependant se faire dans la recherche d'un équilibre avec la préservation des paysages et du cadre de vie.

Au vu de l'état des lieux et du diagnostic fournis, les situations de non-droit sont nombreuses sur le territoire de la commune de la Ferté-Macé. L'intercommunalité s'est lancée dans l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité permettant de réintroduire la publicité extérieure sur un territoire qui est légalement protégé de cette nuisance. L'objectif recherché ne doit pas être celui d'entériner cet état de fait mais d'assurer la recherche de l'équilibre précité.

Le Président de l'Établissement Public de Coopération Intercommunale de la Ferté-Saint-Michel sera désormais titulaire des pouvoirs de police spéciaux en matière d'affichage publicitaire. L'élaboration d'un RLP doit être accompagnée d'un travail de veille permanent en la matière, d'un travail de sensibilisation ainsi que d'un rappel à la loi auprès des différents acteurs économiques présents sur le territoire intercommunal.

II- Le diagnostic :

L'état des lieux et le diagnostic réalisés nous paraissent résulter d'un travail sérieux de suivi et d'analyse du territoire. Les différents enjeux en matière de publicité sur le territoire sont correctement cernés notamment concernant les « points noirs » que constituent les grandes routes départementales, les zones d'activités ainsi que les entrées de villes.

Les orientations fixées sont ambitieuses et satisfaisantes. L'orientation visant à améliorer les entrées de ville nous paraît particulièrement importante étant donné le contraste constaté entre le type paysage au bâti peu dense et la pression publicitaire actuellement présente.

III – Le zonage :

Le zonage pour l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal n'est pas satisfaisant en ce qu'il ne propose pas de graduation entre les différents paysages identifiés dans le diagnostic.

En effet, le zonage est le même que l'on se situe dans les zones d'activités commerciales ou dans les zones d'habitations, or le besoin d'affichage y est très différent. Cette absence de différenciation des différentes parties de la ville risque fort de contribuer à la banalisation des paysages dans une communauté de communes représentante d'un PNR telle que la Ferté-Saint-Michel.

Un zonage différencié devrait être proposé à l'image de ce qui peut être fait dans des communes de taille et de densité de population plus importante dans d'autres Parcs Naturels Régionaux. Il serait préférable de mettre en place d'une part une « Zone de publicité réglementée n°1 » correspondant aux zones d'activités commerciales (paysage de zones d'activités identifié dans la cartographie page 17 du rapport de présentation) à laquelle s'appliquerait un règlement plus souple que sur le reste du territoire de la commune, tout en restant dans les strictes limites posées par la Réglementation Nationale et par le Règlement Local de Publicité intercommunal.

D'autre part, une « Zone de Publicité Réglementée n°2 » correspondant au paysage urbain et d'habitation (identifié en rouge dans la cartographie de la page 17 du rapport de présentation), à laquelle seraient associées des règles très strictes d'implantation de publicité, enseignes et pré-enseignes proportionnelles au besoin d'affichage des commerçants. Il est notamment regrettable qu'une telle zone ne soit pas mise en place en vue de préserver les entrées de villes particulièrement soumises à la pression publicitaire et qui sont généralement marquées par la discontinuité du bâti. Cette orientation est pourtant mise en évidence dans le diagnostic de territoire.

Si cette absence de différenciation est regrettable, il est en revanche satisfaisant de constater que les secteurs du centre historique de la commune de la Ferté-Macé et l'ensemble de la commune de Saint-Michel des Andaines sont préservés, ne sont pas concernés par le zonage du RLP et donc demeurent soumis à la Réglementation Nationale en matière de publicité et pré-enseignes : interdiction de la publicité.

À la différence des règles applicables en matière publicité, c'est sur l'ensemble du territoire intercommunal que les règles en matière d'enseignes sont applicables. Bien qu'elles se retrouvent renforcées par rapport à la réglementation nationale, aucune différence n'est faite entre le centre historique, les zones d'habitations et les zones d'activités. Cette remarque fait écho au risque de banalisation des paysages évoqué précédemment. Nous proposons donc soit de créer des zones différenciées pour les enseignes, soit de durcir les prescriptions afin de ne pas laisser s'implanter des enseignes scellées au sol dans les cœurs historiques des deux communes.

IV – Le règlement :

Les règles prescrites en matière de publicités apposées sur les murs et sur mobilier urbain dans la zone de publicité réglementée sont globalement satisfaisantes.

L'article 6 pourrait également prévoir une limitation de la bordure des panneaux pour éviter les divergences d'interprétation sur les modalités de mesure de la taille des panneaux et ainsi éviter que les dimensions d'un panneau ne soient augmentées via l'élargissement des bordures de celui-ci. Il s'agit là d'un risque de contournement des règles de dimensionnement des panneaux évitable. Il serait également appréciable de voir mettre en place une règle fixant un espace minimal entre le bord du mur et le support.

Concernant le mobilier urbain, la limite de 3 mètres au dessus du sol paraît cependant encore trop élevée, une limite de 2 mètres serait préférable.

Il est regrettable que les règles concernant les enseignes soient applicables sur le territoire intercommunal y compris hors agglomération (cf. remarques sur le zonage). Elles permettent le rétablissement d'enseignes scellées au sol, identifiées dans le diagnostic figurant au rapport de présentation comme étant l'une des principales sources de pollutions visuelles. Là encore, un zonage différencié aurait permis d'instaurer ce type de dispositifs dans les seules zones d'activités commerciales de la commune tout en préservant le reste du territoire de leur présence.

La disposition sur la surface cumulée des enseignes sur bâtiment ne paraît pas fondamentalement changer par rapport à la réglementation nationale et se trouve donc quelque peu illusoire. Elle ne semble pas adapter correctement les dispositions nationales aux circonstances locales.

La densité prévue (2 par façades) pour les enseignes, qu'elles soient scellées au sol ou murales, pourrait aisément être limitée à 1 par façade et par établissement, ce qui revient à 3 dispositifs (une enseigne murale parallèle, une enseigne murale perpendiculaire et une enseigne scellée au sol) par établissement et semble amplement satisfaisant pour signaler l'activité. Dans l'éventualité où les enseignes scellées au sol seraient supprimées dans la Zone de Publicité Réglementée identifiée précédemment, le nombre d'enseignes perpendiculaires par établissement pourrait être rapporté à 2.

Concernant les enseignes lumineuses, là aussi les règles locales ne tranchent que très peu par rapport au standard national. Des limitations de taille pour ces dispositifs dont l'impact visuel est particulièrement important pourraient être prévues.

La limitation des enseignes temporaires nous paraît satisfaisante.

Il semble que le règlement ne prévoit pas de dispositions permettant de répondre à l'intégralité des objectifs et orientations fixés dans le rapport de présentation. Par exemple, il est regrettable que la suppression de la publicité murale dans les entrées de ville ne soit pas mise en œuvre du fait de l'absence de zonage différencié qui permettrait d'instaurer cette interdiction dans les entrées de ville.

En conclusion :

Sous réserve de prise en compte des demandes précédemment formulés, FNE Pays de la Loire délivre un avis favorable au Règlement Local de Publicité intercommunal de la Ferté-Saint-Michel.

Fait à Angers le 6 novembre 2015

Jean-Christophe Gavallet
Président de FNE Pays de la Loire

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'J' and 'G' intertwined, with a small dot at the end.