



Ville de Melun
République Française

PÔLE CADRE DE VIE
ET AMÉNAGEMENT DURABLE

Service Commerce et Service Urbanisme Réglementaire

OBJET : Réunion Publique dans le cadre de la révision du Règlement Local de Publicité de Melun.

COMPTE RENDU DE LA RÉUNION PUBLIQUE DU 25 avril 2019 à 19h30

<i>Participants</i>	<i>FONCTION</i>
M. Louis Vogel	Maire de Melun
M. Gérard Millet	Adjoint au Maire
Mme Marie-Hélène Grange	Adjointe au Maire
Mme Brigitte Tixier	Adjointe au Maire
Mme Catherine Stentelaire	Conseillère Municipale
M. Arthur Saillour	Directeur du Cabinet du Maire
M. Nicolas Vergne	Directeur Adjoint du Cabinet du Maire
M. Sylvain Sueur	Responsable du Service Urbanisme Réglementaire – Service Urbanisme Réglementaire
Mme Amandine Michaud	Chargée de mission urbanisme règlementaire – Service Urbanisme Réglementaire
M. Tony Le Dévoré	Responsable du Service Commerce – Service Commerce
M. Kévin Moreau	Responsable de l'Urbanisme Commercial - Service Commerce

Une vingtaine de personnes présentes dans le public.

Monsieur le Maire accueille les participants et les remercie de leur présence. Il explique que le Règlement Local de Publicité [RLP] de Melun est ancien, datant de 1993 et qu'il ne répond donc plus aux spécificités du territoire communal.

De plus la loi dite Grenelle II du 12 juillet 2010 a profondément remanié les règles et oblige les villes à mettre en conformité leur RLP sous peine qu'il devienne caduc mi-juillet 2020.

Dans ce cas, la commune perdrait alors sa compétence de police de l'environnement et ne pourrait plus agir sur les infractions dans ce domaine.

Il détaille les objectifs de la révision de ce règlement qui ont été définis lors du Conseil Municipal du 12 avril 2018 :
Il s'agit de :

- Mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale.
- Maîtriser l'implantation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur le territoire communal.
- Participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale et industrielle de la Commune tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire.
- Réduire la pollution visuelle.

Il précise que cette réunion publique lance la phase de concertation dans le cadre de cette révision du RLP. L'objectif de cette réunion étant de faire part du diagnostic sur la publicité et les enseignes, des grandes orientations en matière de publicité et d'enseignes et du premier projet de zonage et de règles qui découle des grandes orientations. Ainsi, le public est invité à la fin de la présentation à poser ses questions et à s'exprimer sur les premières propositions présentées.

Enfin il rappelle que la consultation du dossier de concertation est possible au Service Commerce afin d'y consigner remarques, propositions, alertes,

Une enquête publique sera programmée courant octobre/novembre pour recueillir les appréciations, les suggestions et éventuellement les contre-propositions du règlement local de publicité arrêté."

Il est proposé à Monsieur Tony Le Dévoré, Responsable du Service Commerce et Urbanisme Commercial de présenter le diagnostic réalisé ainsi que les axes d'orientations.

Le Règlement Local de Publicité [RLP] que la ville possède date de 1993.

Le relevé terrain effectué courant août 2018 comptabilise 74 dispositifs publicitaires sur le territoire communal dont 54 sont des dispositifs grands formats. Néanmoins, près de 350 panneaux étaient en place sur la commune entre 1993 et 2018.

4 de ces dispositifs sont positionnés dans le secteur Site Patrimonial Remarquable [SPR] et ne pourront donc pas être maintenus.

Les enseignes posent différentes problématiques, les règles pour ces dernières dépendent de la zone du RLP, de la localisation pour tenir compte du secteur Site Patrimonial Remarquable [SPR].

Dans un souci d'homogénéisation et de cohérence des règles il est proposé d'étendre les règles en SPR à l'ensemble de la commune hors zone d'activités économiques au regard des formes urbaines particulières.

Enfin, Monsieur Le Dévoré indique que le planning prévoit une approbation du RLP en Mai 2020. A compter de la mise en application du nouveau règlement, les dispositifs nouveaux ou modifiés doivent se conformer au règlement dans un délai de 2 ans pour les publicités et de 6 ans pour les enseignes.

Une fois la présentation terminée, la séance se poursuit avec la phase de participation du public avec les questions et suggestions.

Phase de participation du Public :

Question : Dans votre planning vous prévoyez la Commission Départementale de la Nature des Paysages et des Sites [CDNPS] avant Enquête Publique ? La CDNPS ne devrait-elle pas avoir lieu après l'Enquête Publique ?

Réponse : En principe la CDNPS est bien saisie avant l'Enquête Publique mais nous allons revérifier.

Question : Que se passe-t-il pour les panneaux déjà en place avant l'adoption du nouveau Règlement Local de Publicité ?

Réponse : Un délai de remise en conformité est alloué, 2 ans pour les publicitaires et 6 ans pour les enseignes. Ce délai correspond à un cas en conformité avec le règlement 1993 mais non conforme avec le futur règlement. Dans le cas de non-conformité avec la réglementation 1993 ou Nationale, il n'y a pas de délai, la remise en conformité devrait être effectuée immédiatement.

Question : L'emplacement des plans de la Ville au dos des dispositifs sur le mobilier urbain

Le public rappelle que sur le mobilier Urbain les informations Ville doivent être vues, dans le sens de circulation et que sur ces supports la publicité est accessoire. Définition de règles de densité exigée afin que les publicitaires soient contraints, sinon il est impossible pour la commune de faire respecter les règles.

Selon les participants le RLP doit être ambitieux.

Réponse : La municipalité prend bonne note et va étudier ces éléments.

Question : Qu'en est-il du traitement réservé au secteur de la Gendarmerie Nationale ? Est-il protégé ?

Réponse : Oui il est protégé dans le cadre du secteur ZPR 1, la publicité y est alors interdite hors mobilier urbain.

Question : Avez-vous fait suffisamment pour protéger les habitants ?

Il est demandé d'étendre la protection du secteur ZPR 1 et d'interdire le numérique afin d'aller dans le sens des citoyens. A défaut d'une interdiction totale du numérique il faudrait à minima réduire à 4m² encadrement inclus. La ville de Grenoble est citée comme exemple de suppression totale de la publicité.

Réponse: Point de vue entendu, la municipalité va étudier.

Question : Le cas des nouveaux commerçants en activité qui exploitent avec les enseignes obsolètes toujours en place sur la devanture commerciale ?

Réponse : il y a une obligation de remise en état pour les anciens commerçants et à défaut les propriétaires des locaux mais généralement les exploitants quittent les lieux sans suppression des enseignes et sans moyen de les contacter.

Procédure également en cours pour régulariser les cas d'enseignes ne correspondant plus à l'activité en place.

Question : Qu'en est-il des Panneaux Type Agence immobilière / Entreprise de plomberie présentes depuis plus de 3 mois ?

Réponse : Une procédure est en cours, le flou réglementaire sur le sujet rend la gestion de ce type de dispositif particulièrement complexe et nécessite une certaine prudence. L'obligation d'une date de pose de panneaux permettrait ainsi de contrôler la notion de « temporaire » et ainsi agir efficacement contre leur prolifération.

C'est un des objectifs du nouveau règlement Local de Publicité.

Question : Quel est la logique du découpage avec la zone au nord « Ecoquartier » ? Pourquoi en ZPR 1 ?

Réponse : C'est un choix de ne pas autoriser la publicité dans ce nouveau quartier ;
La publicité est autorisée dans certaines zones mais pas dans la ZPR 1

Question : Pourquoi faire la distinction entre ZPR1 et ZPR 2 ?

Il est demandé d'augmenter la taille de la Zone ZPR1, la publicité étant estimée polluante.

En l'état si la publicité est maintenue dans la ZPR 2 il s'agit de publicité sociale.

Souhait d'une ZPR 2 sans publicité. Pour certains participants la publicité doit être uniquement dans les zones d'activités.

Réponse : La municipalité va étudier ces éléments.

Question : Précision de la notion de coloris criards ?

Cette notion est jugée imprécise, le contenu de la communication pouvant lui aussi être gênant.

Réponse : La municipalité prend acte et va étudier ces éléments.

Question : Charte terrasse, une réglementation est-elle prévue ?

Réponse : Ce n'est pas traité dans le cadre du Règlement Local de Publicité, c'est une charte qui relève du conseil et de l'accompagnement, il ne s'agit pas d'un élément opposable.

Cependant, la Ville travaille avec les restaurateurs pour faire évoluer esthétiquement les terrasses.

Cependant la charte est hors RLP et n'a pas la même portée juridique pour sanctionner.

Question : Zone ZPR 3 où nous pouvons trouver l'enseigne Point P pourrait devenir à l'avenir de l'habitat, que ferez-vous ? Il est demandé de passer ce secteur en ZPR 1.

Réponse : la publicité est interdite dans ce secteur par le biais d'une spécificité que nous souhaitons introduire dans le Règlement. La zone ZPR 3 correspond au type d'établissement et aux activités spécifiques (bâtiments de type industriel)

Monsieur Gérard Millet ajoute qu'en cas de mutation du terrain actuellement occupé par l'établissement POINT P, la municipalité changera la zone.

Question : Maintien de l'autorisation des panneaux du Talus SNCF ?

Il s'agit également d'une entrée de Ville

Réponse : La municipalité réduit le nombre de dispositif et souhaite agir progressivement.

Question : Traitement des autres Villes ? Adoption d'un règlement Local de Publicité Intercommunal [RLP(i)] ?

Réponse : Les autres communes de l'agglomération lancent également la révision de leur RLP.

Le RLP de Melun est conçu en cohérence avec les actions connues des Villes voisines. L'objectif n'étant pas de passer d'une ville interdisant dans son secteur à une autre autorisant pleinement à quelques mètres de là.

Monsieur le Maire ajoute qu'il faut en effet uniformiser.

La municipalité souhaite une véritable cohérence, avec notamment les entrées de Ville.

Pour certains participants la publicité profite surtout aux grands centres commerciaux. Il faut donc supprimer la publicité et ne pas autoriser le numérique.

Remarque du public : La publicité fait également vivre des gens. Risque d'impact sur des emplois, des sociétés, l'économie, ... Les grands groupes profitant de ces publicités sont aussi de grands consommateurs.

Si suppression de la publicité dans les villes, la publicité s'effectuera par d'autres moyens, notamment via les téléphones.

Dans ce cas, cela ne profiterait alors plus à l'économie locale.

Pour certains intervenants la suppression de la publicité sur la totalité du territoire est dommageable, et avancement que cela revient à « tuer » les commerces.

Ils attirent l'attention sur l'impact pour les commerçants. Il faut les laisser s'exprimer et afficher.

Question : Pourquoi ne pas utiliser ces panneaux pour communiquer sur le commerce local ?

Intervention d'un autre participant répliquant que ce n'est pas avec l'argent public que l'on communique pour les commerçants.

Une remarque est faite sur la publicité et ses filtres. Il est en effet possible de filtrer la publicité sur les téléphones mais ce n'est pas le cas pour les panneaux physiques, qui constituent donc une forte nuisance.

Il apparaît important de faire séparation entre les panneaux agressifs et la publicité locale. Ce sont 2 choses différentes.

Monsieur le Maire ajoute qu'il faut trouver l'équilibre dans le nouveau RLP.

L'évolution du document est à suivre en ligne sur le site de la ville de Melun.

Monsieur Le Maire remercie chacun et se félicite de la participation active et constructive de l'assemblée. Il clôt la réunion à 21h30.