PISONI

là où il faut être *

MAIRIE DE LA GARDE
M. LE COMMISSAIRE ENQUETEUR
Enquête Publique sur le RLP
HOTEL DE VILLE
BP 121
83957 LA GARDE CEDEX

Mouans Sartoux, le 30 novembre 2021

Envoi électronique à mtpm.publicite@metropoletpm.fr

OBJET : Contribution à l'enquête publique sur le projet de règlement local de publicité de la Commune de La Garde.

Monsieur le Commissaire Enquêteur,

Du mardi 9 novembre 2021 au vendredi 10 décembre 2021, la Métropole Toulon Provence Méditerranée organise une enquête publique relative au projet d'élaboration du nouveau règlement local de publicité de la Ville de La Garde (83130) qui va restreindre localement la publicité et réglementer les enseignes sur le territoire de la Commune.

Vous trouverez ci-après notre contribution à ce projet de règlement soumis actuellement à enquête publique et à votre analyse.

LA SOCIETE PISONI PUBLICITE

La société PISONI PUBLICITE, a été créée en 1987 et emploie à ce jour près de 60 salariés de Montpellier à Menton. Notre activité regroupent de nombreux artisans et professionnels indépendants qui interviennent quotidiennement, au service de nos annonceurs, qui sont principalement des commerçants locaux pour leur offrir un service de proximité et de qualité. Elle dispose également de sa propre filiale, Tendance PIXXL pour concevoir, réaliser, et imprimer les campagnes publicitaires.

Depuis de nombreuses années, notre société s'est engagée dans une démarche de transition écologique en souscrivant par exemple auprès de son fournisseur d'électricité un contrat certifié 100 % issues de filières renouvelables. De même, notre papier d'affichage est certifié 100% issue de filière de recyclage ou de forêts éco-gérées.

Tout comme les autres PME de notre pays, nous avons subis de plein fouet la crise économique et sociale issue de l'apparition de la COVID-19 qui a impacté tout particulièrement l'univers de la Publicité et encore plus celui de l'affichage publicitaire dit « Grand format ».

En effet, nos dispositifs publicitaires en 2020 n'ont pu faire l'objet d'aucune exploitation commerciale pendant les 3 mois de confinement imposés par l'Etat et cela s'est a nouveau produit en 2021 avec la mise en place de nouveaux confinements et mesures de types couvre-feux. Ainsi, ces mesures sanitaires nationales successives ont eu pour effet de ralentir et neutraliser fortement l'activité économique nationale et locale dans le secteur de la publicité extérieure.

Beaucoup de nos annonceurs, restaurants, concerts, salons, musées, salles de sport, acteurs évènementiels et touristiques ont continué à voir leurs activités arrêtées ou fortement diminuées pendant ces années, au-dèla même des confinements.

Les tendances du marché de la publicité extérieure nous montrent malheureusement et de toute évidence que les conséquences économiques de la COVID-19 et le transfert des budgets de publicité de l'affichage « Grand Format » au profit d'internet seront durables.

C'est donc avec précaution et attention que nous analysons et prenons connaissance des projets de nouvelles règlementations locales de publicité qui ont pour effet de restreindre très fortement les capacités de publicité « Grand Format » sur les territoires et de nuirè a la bonne activité de notre société d'affichage.

Certaines prises de positions politiques et dogmatiques sont malheureusement dramatiques pour le tissu local et associatif de ces villes qui ne disposeront plus d'aucun espace d'expression et de communication pour faire connaître leurs activités et évènements (hormis bien trop souvent, le quasi-monopole commercial du concessionnaire du domaine public).

L'utilisation de la publicité extérieure pour la promotion du secteur culturel, touristique et la communication directionnelle des entreprises locales est particulièrement recherchée et appréciée et demeure essentiel pour assurer la liberté d'expression de tous et favoriser le maintien et l'attractivité des activités de proximité sur un territoire.

L'ADOPTION D'UN RLP ISOLE AU SEIN D'UN RLPI EN COURS D'ELABORATION

En préambule, nous souhaitions rappeler que la Commune de La Garde fait partie de la Métropole de Toulon Provence Méditerranée qui regroupe 12 Communes et dispose désormais de la compétence pour élaborer les documents d'urbanisme et les règlements locaux de publicité. Pour mémoire, le Conseil Métropolitain du 15 décembre 2020 a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RPLI).

Nous nous interrogeons donc dès à présent sur la pérennité des nouvelles règles qui seront adoptées après la présente enquête publique.

En effet, l'approbation d'un règlement local de publicité isolé, sans prise en compte des autres réglementations à venir, risque de fortement nuire à une harmonie de traitement de la publicité à l'échelle de la Métropole. Cependant, l'adoption de ces nouvelles règles va immédiatement s'imposer aux sociétés d'affichages pour de nouvelles installations mais aussi à court terme avec l'obligation de mise en conformité des dispositifs dans les deux années qui suivront l'approbation du nouveau règlement local, alors même que celui-ci pourrait être remis en cause par le futur RLPI de la Métropole.

Ainsi, la stabilité et la sécurité de la règle juridique impose, a notre sens, soit de reporter l'approbation de ce RLP isolé, soit d'assurer à tous les commerçants et sociétés d'affichages une stabilité et une reprise à l'identique des règles dans le futur RLPI qui doit, rappelons-le, être approuvé avant le 12 juillet 2022.

Cela étant précisé, nous souhaitons attirer l'attention de la Métropole et de la Ville sur certains points qui nécessiteraient une adaptation pour répondre aux enjeux majeurs des RLP rappelés ci-après :

« *Tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie et le bon exercice de l'activité des opérateurs économiques du secteur de la publicité extérieure et des enseignes, la réglementation nourrit l'ambition d'améliorer la qualité du cadre de vie, de lutter contre les nuisances visuelles, de favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel et de*

participer aux efforts d'économie d'énergie consentis dans le cadre des enjeux de réduction de la facture énergétique nationale. »

Sur la forme de l'enquête publique, nous n'avons pas trouvé, que ce soit sur le site de la Métropole Toulon Provence Méditerranée ou sur le site de la Ville de La Garde, la version soumise à enquête publique. Nous nous sommes donc fondés sur la version arrêtée suite à la consultation des personnes publiques associées. Nous tenions également à attirer l'attention de la Métropole sur les dispositions de l'article R 123-13 § II du code de l'environnement qui impose que les observations et propositions du public transmises par voie électronique soient consultables sur le registre dématérialisé ou, s'il n'est pas mis en place (ce qui est le cas pour la présente enquête publique), sur le site internet mentionné au II de l'article R. 123-11 dans les meilleurs délais (site de la Métropole Toulon Provence Méditerranée).

SUR LE TOME 1 – RAPPORT DE PRESENTATION :

Il est mentionné page 42 du rapport que le diagnostic a été réalisé en avril 2017. Il aurait été intéressant pour une bonne information des administrés et professionnels de l'affichage de disposer d'un diagnostic plus récent afin de pouvoir mesurer l'impact des nouvelles règles du RLP sur la disparition d'une partie de l'affichage Grand Format du territoire.

En 2017, il avait été relevé la présence de 421 publicités et préenseignes. 125 dispositifs étaient déjà non conformes au code de l'environnement. Ainsi, avant même l'approbation de nouvelles règles, 30 % des dispositifs publicitaires existants pouvaient déjà être retirés pour non-conformité au code de l'environnement (page 47).

Nous ne pouvons donc que regretter l'absence d'une étude d'impact fine de l'adoption de nouvelles règles du RLPI sur la publicité existante et conforme du territoire (a savoir sur les 296 publicités restantes). En effet, cela aurait permis d'une part aux administrés de disposer d'un bon niveau d'information générale sur les conséquences de l'adoption des règles mais aussi aux professionnels de l'affichage de bien prendre connaissance en amont de l'impact sur leurs patrimoines respectifs.

De même, l'obligation de mise en conformité deux ans après l'adoption du RLP imposera un démontage massif d'une majorité des dispositifs publicitaires présent sur la Commune pour cause de changement de format (passage de 12 m^2 à 8 m^2), ce qui va créer une difficulté logistique majeure dans le retraitement de toutes ces tôles d'affichages et dispositifs devenus désormais inutilisables alors même que nous sommes dans une nouvelle aire de recyclage et de réutilisation des matériaux pour passer d'une société du jetable à celle du durable.

Pour conclure, le diagnostic n'appréhende pas non plus l'impact de l'adoption des nouvelles règles en termes d'emploi direct ou indirect perdus, de pertes économiques pour les entreprises d'affichage, de pertes de compléments de salaires ou de retraites pour les administrés bailleurs ainsi que l'abandon de recettes lié à la baisse drastique de TLPE (Taxe Locale sur la Publicité Extérieure) seul impôt direct restant à ce jour au profit des communes.

La cartographie des interdictions absolues de publicité sur la Commune de la Garde, page 9 du rapport est de très mauvaise qualité graphique et ne permet pas d'analyser et de repérer, à l'échelle parcellaire, ces interdictions. De même, bien que les espaces boisés classés soient mentionnés, il manquerait, il nous semble l'interdiction absolue relative aux zones naturelles N.

Nous regrettons également que les enjeux liés aux interdictions relatives de publicité sur la Commune de La Garde ne soit consultable que page 12 du rapport, de mauvaise qualité, sans aucune possibilité de disposer de celle-ci pour analyse de façon plus fine le patrimoine publicitaire impacté par l'absence de levé des interdictions relatives de publicité par le futur RLP.

SUR LE TOME 2 – PARTIE REGLEMENTAIRE :

A titre liminaire, nous souhaitions rappeler les dispositions de l'article L. 581-1 du Code de l'environnement qui dispose que « *Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserves des dispositions du présent chapitre* ».

A ce titre, un règlement local de publicité se doit donc de concilier et trouver un équilibre entre d'une part, la liberté d'affichage et d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie et le bon exercice de l'activité des opérateurs économiques du secteur de la publicité extérieure et des enseignes et d'autre part, la protection du cadre de vie.

Nous vous soumettons ci-après nos observations et propositions réglementaires permettant d'améliorer les équilibres du projet tout en conciliant et respectant les objectifs métropolitains de protection du cadre de vie et de maintien du dynamisme économique, commercial, touristique et culturel des acteurs locaux.

Article 4.1 – Prescriptions communes applicables aux publicités et préenseignes sur les 3 zones de publicités

Le projet de RLP dispose que les passerelles sont interdites mais qu'elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser.

La société PISONI PUBLICITE dispose actuellement de deux types de passerelles repliables dans son parc de dispositifs publicitaires. Il serait intéressant de pouvoir préciser la nouvelle règle de droit afin d'éviter toutes interprétations futures.

Modèle 1 : Garde-corps entièrement rabattable avec passerelle au couleur du dispositif

Modèle 2 : Passerelle intégralement rabattables sur le pied du dispositif

⇨ **Il est proposé a la Métropole de retirer le terme « intégralement » pour permettre l'implantation des deux types d'accessoires ci-avant, le modèle n°1 permettant par ailleurs de réduire significativement l'effet « masse » du dispositif publicitaire.**

Sur le format des dispositifs publicitaires (Article 6, 7, 13, 14)

Le projet de règlement local de publicité prévoit que ce soit pour les publicités murales et celles scellées au sol, une surface de 8 m^2 encadrement compris. Toutefois, il est dès a présent précisé que pour les publicités apposées sur mobilier urbain destiné a recevoir des informations non publicitaires, la surface d'affichage autorisée est de 8 m^2 sans limitation de surface pour l'encadrement.

Les métiers de l'affichage se sont accordés sur des formats homothétiques afin de permettre aux annonceurs, avec un même fichier de conception graphique, de créer des affiches 12 m^2, 8 m^2 et 4 m^2. Les imprimeurs ont adapté leurs outils de production pour répondre a ces standards d'affichage arrêtés. De même, les fournisseurs de matières premières ont eux également mis en place des bobines de papiers répondant a ces critères de dimension. Ainsi, l'ensemble de la chaîne d'affichage, de la conception a l'affichage par les artisans répond a un standard et une normalisation des affiches pour permettre une libre et égale concurrence entre toutes les sociétés d'affichages.

La création d'un format spécifique pour la Ville de La Garde pourrait créer des effets non souhaités que nous souhaitons dès a présent mettre en avant. D'une part, cela nécessitera de développer rapidement de nouveaux panneaux publicitaires pour la Ville de La Garde avec de nouvelles dimensions d'affiches. Mais cela aura aussi pour conséquence d'interdire sur la Ville de La Garde les annonceurs nationaux et d'imposer aux annonceurs locaux une augmentation de leurs coûts d'affichage qui nécessiteraient obligatoirement une découpe de chacune de leurs affiches et un retravail de conception informatique pour leurs campagnes d'affichages publicitaires.

Pour illustrer nos propos, nous vous présentons ci-après les principaux dispositifs existants actuellement en format dit « 8 m^2 » qui répondraient par ailleurs aux critères d'esthétisme et de bonne intégration paysagère voulues par la municipalité.

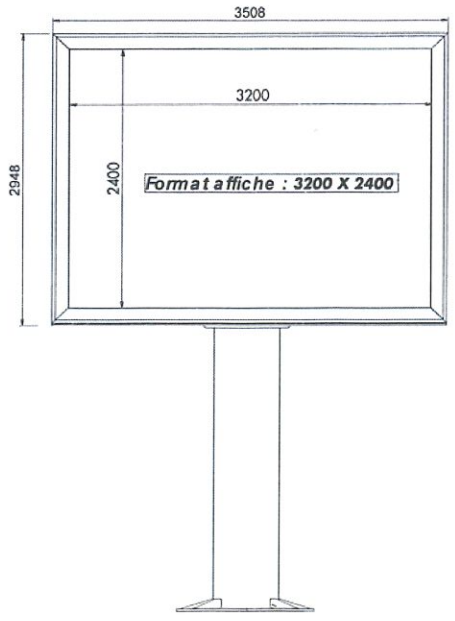
- Dispositif Fixe colle « 8 m^2 »

Surface d'affichage :

3 200 x 2 400 = **7,68 m^2**

Surface encadrement compris :

3 508 x 2 948 = **10,34 m^2**



! Le principal risque pour la Commune serait que des afficheurs ne posent plus de moulures et ne conservent que les tôles d'affichage pour répondre a la nouvelle règlementation locale. La Municipalité y perdrait ainsi l'amélioration de la qualité esthétique recherchée.

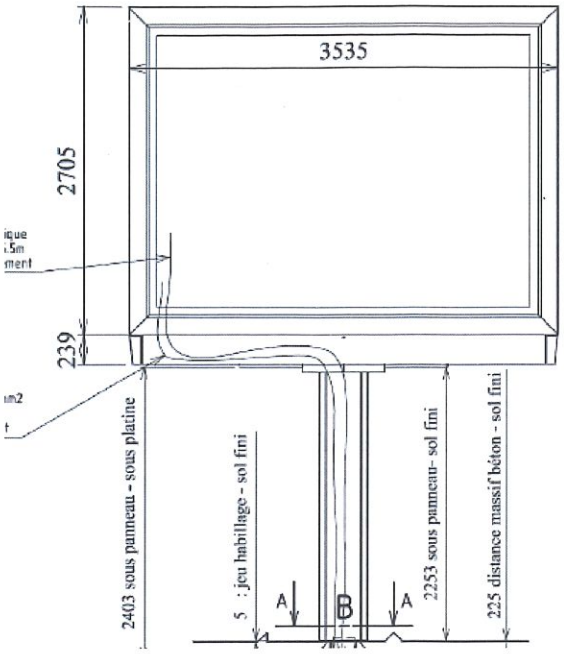
- Dispositif Déroulant « 8 m² »

Surface d'affichage :

3 200 x 2 400 = **7,68 m²**

Surface encadrement compris :

3 535 x 2 944 = **10,40m²**



La mise en place de ce type de dispositif déroulant améliorerait sensiblement la qualité d'affichage pour la Ville de La Garde et répondrait également a son ambition de meilleure intégration des dispositifs publicitaires dans le paysage.

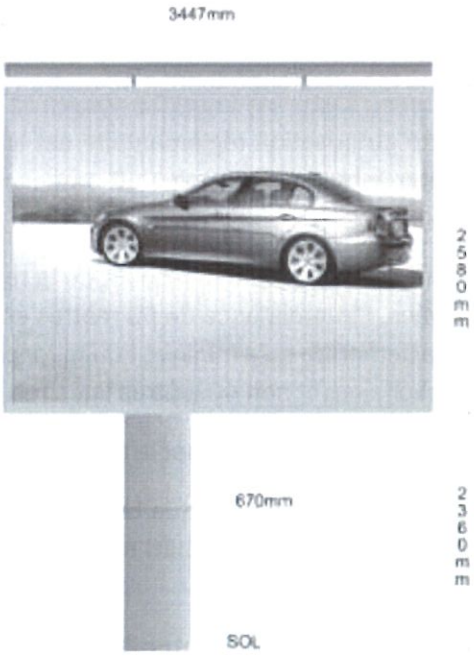
- Dispositif Trivision « 8 m² »

Surface d'affichage :

3 200 x 2 400 = **7,68 m²**

Surface encadrement compris :

3 447 x 2 590 = **8, 89 m²**



Comme vous pourrez le constater, le format de 8 m² encadrement compris souhaité par la Ville de La Garde n'existe pas actuellement sur le marché de l'affichage ni auprès de nos fournisseurs. Cela créerait une rupture d'égalité entre le concessionnaire de la Ville, pouvant lui proposer a ses annonceurs les formats standards d'affichage et les autres afficheurs présents sur le territoire qui ne pourraient plus

commercialiser ce standard et devraient donc développer de nouveaux matériels spécifiques avec un surcoût d'affichage et d'investissement.

Le Conseil d'Etat a estimé dès 1951 (CE Sect., 9 mars 1951, Société des Concerts du Conservatoire) que le principe d'égalité, issu de la déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789, revêtait une importance telle qu'il devait être érigé en principe général du droit. Tel qu'interprété et appliqué par le juge administratif, le principe d'égalité emporte ainsi deux conséquences : d'une part, il implique que toutes les personnes placées dans une situation identique soient traitées de la même manière, ce qui permet en retour que des situations différentes fassent l'objet d'un traitement différent.

Ainsi, la différence de traitement opérée entre le concessionnaire et les autres afficheurs doit être fondée sur des critères objectifs et rationnels en rapport avec les buts du futur Règlement Local de Publicité. En toute état de cause, il ne saurait être opposé une meilleure insertion dans le paysage car les mobiliers urbains sont situés sur le domaine public, au plus proche des administrés et usagers de la route alors même que les mêmes dispositifs publicitaires sur le domaine privé sont nécessairement plus éloignés des voies de passage.

Il est donc proposé a la Métropole, afin d'assurer une parfaite liberté d'expression, un égal accès entre tous les annonceurs a l'affichage sur le territoire de la Commune, et une égalité de traitement entre tous les afficheurs de modifier le format initialement prévu aux articles 6, 7, 13 et 14 comme suit :

⇨ **Prévoir une surface d'affichage de 8 m^2 maximum ;**

⇨ **Prévoir une surface hors tout (encadrement compris) de 10,5 m^2 maximum.**

Sur la règle de densité (Article 9)

Le projet de règlement local de publicité prévoit que peuvent être installés deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte a la circulation publique est d'une longueur supérieure a 40 mètres linéaires.

Cette autorisation réglementaire est toutefois immédiatement contredite par la création d'une règle d'interdistance d'au moins 60 mètres entre deux dispositifs publicitaires situés sur une même unité foncière.

Ainsi, si l'on compte le respect de la règle H/2, nécessitant un recul de 3 m des limites de propriétés privées, l'interdistance de 60 mètres et a nouveau le respect de la règle H/2 pour le second dispositif, cela démontre qu'a minima, l'unité foncière devra présenter 66 mètres linéaires pour installer 2 vitrines publicitaires et non 40 mètres linéaires comme le permet le Règlement Local de Publicité.

Il est proposé a la Métropole de modifier la règle de densité comme suit :

⇨ **Prévoir et préciser que la règle de densité ne s'applique qu'entre deux publicités scellées au sol, la présence d'un bâti sur l'unité foncière pouvant empêcher toute installation de publicité scellée au sol ;**

⇨ **Réduire la règle d'interdistance a 35 m au lieu de 60 m, ce qui permettrait l'implantation de deux dispositifs scellés au sol sur une unité foncière présentant 41 mètres de linéaire ;**

SUR LE TOME 3 – ANNEXES – LA GARDE :

Sur l'arrêté fixant les limites de l'agglomération

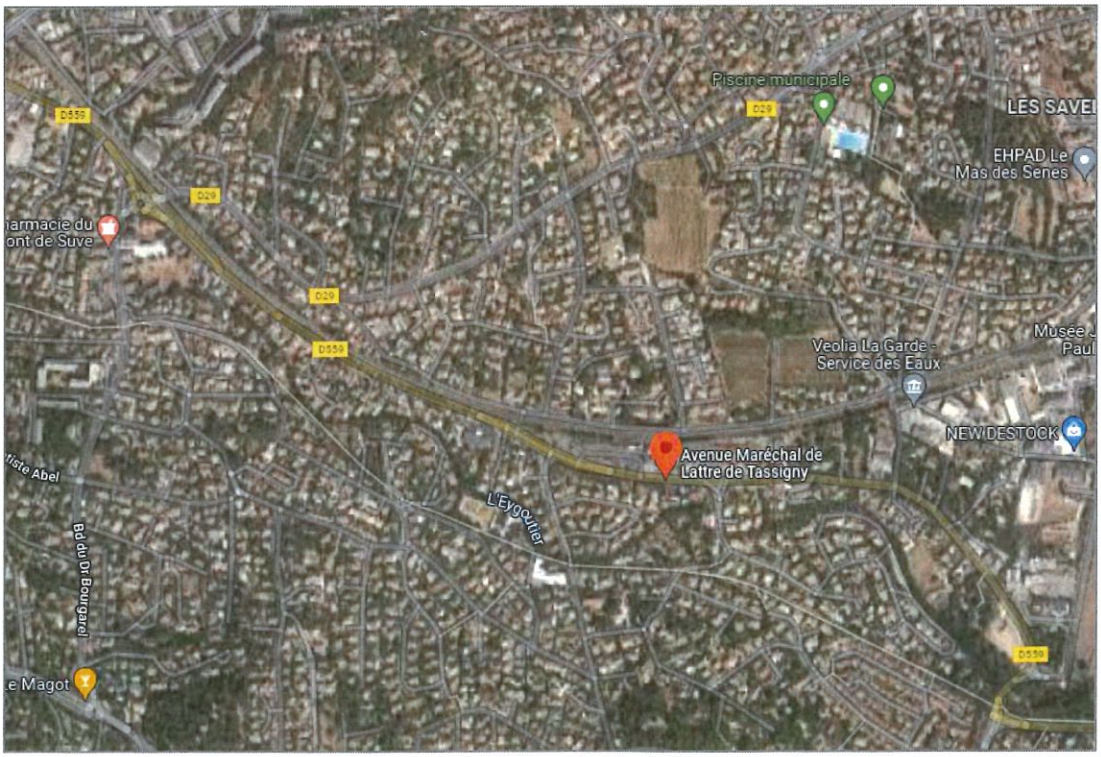
En annexe, il est mentionné l'arrêté municipal n° 2018-875 du 12 décembre 2018 portant modification des limites de l'agglomération de la Commune de la Garde. S'agit-il bien du dernier arrêté municipal en la matière ou un autre plus récent est-il intervenu entre l'élaboration du document dans sa version de consultation et le projet soumis a enquête publique ?

Par ailleurs, l'annexe faisait état de différents panneaux EB 10 (Entrée de Ville) et EB 20 (Sortie de Ville) manquants. Est-ce que la municipalité a réinstallé ces derniers depuis la première élaboration du document de consultation ?

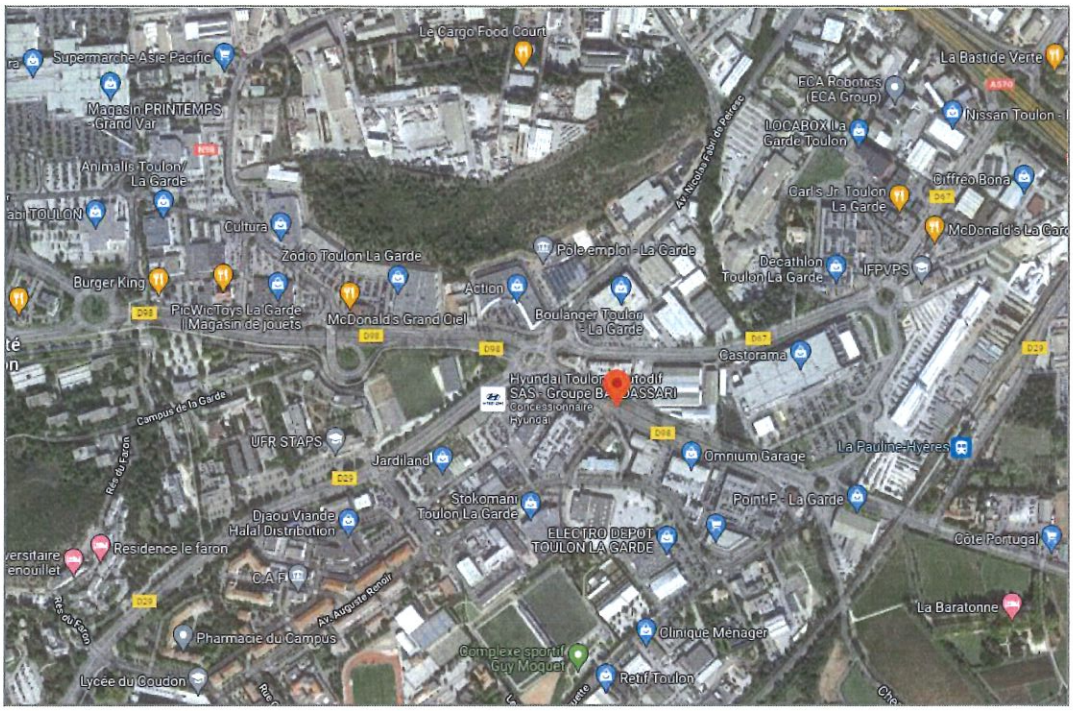
Le plan des limites d'agglomération joint en annexe est de mauvaise définition et ne permet pas un travail fin sur les limites d'agglomérations. Que ce soit pour les services instructeurs de la Ville ou les professionnels de l'affichage, il est demandé de bien vouloir mettre`a disposition du public une cartographie de meilleure qualité.

Nous nous interrogeons également sur les mentions faites en rouge sur celle-ci. En effet, il est mentionné que les voies départementales suivants sont entièrement hors agglomération alors même qu'une partie de celles-ci se situent bien en agglomération :

- Il est indiqué que « *la voie départementale RD 559 Avenue Maréchal de Lattre de Tassigny est entièrement hors agglomération* », pourtant, comme vous pourrez le constater, cette voie est bien située en agglomération.



- Il est indiqué que « *la voie départementale RD 98 est entièrement hors agglomération* », pourtant, comme vous pourrez le constater, cette voie est bien située, du moins partiellement en agglomération.



⇨ Il est proposé a la Métropole de faire rectifier cette erreur manifeste d'appréciation dans la version définitive du RLP qui sera soumisè a approbation du Conseil Métropolitain.

Sur la cartographie réglementaire du zonage du RLP

Le zonage réglementaire du RLP joint en annexe est de mauvaise définition et ne permet pas un travail fiñ a la parcelle. Que ce soit pour les services instructeurs de la Ville ou les professionnels de l'affichage, il est demandé de bien vouloir mettrè a disposition du public une cartographie de meilleure qualité faisant notamment apparaître en fond de plan les parcelles cadastrales.

De même, il aurait pu être judicieux de disposer d'une cartographie unique montrant les abords des monuments historiques, les espaces naturels et/ou Espaces Boisés Classés (EBC) et le zonage du RLP. En effet, cela aurait permis aux administrés, aux professionnels de l'affichage et aux services de la règlementation de la publicité de la Ville de disposer d'un document cartographique unique et opérationnel pour vérifier la légalité des emplacements existants et a venir.

De même, en annexe, il aurait été important de joindre une cartographie des abords des monuments historiques, que nous ne retrouvons que dans le Tome I en faible définition et une cartographie des zones naturelles et EBC.

Nous restons, Monsieur le Commissaire-enquêteur` a votre entière disposition si vous souhaitez échanger sou approfondir nos propositions d'évolutions réglementaires du RLP de la Ville de La Garde et vous prions de croire en l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Le Président
Vincent PIOT