

ENQUETE PUBLIQUE

du 28 Mars 2022 au 29 Avril 2022

Elaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal Mulhouse
Alsace Agglomération



Colonne d'affichage culturel - Mulhouse

CONCLUSIONS – AVIS MOTIVE

Décision du Tribunal Administratif du 08 /02/2022
Yvette BAUMANN/Commissaire Enquêteur

Rappel du cadre et de l'objet de l'enquête publique

Par délibération du 9 Décembre 2019 Mulhouse Alsace Agglomération s'est engagée dans l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) sur la totalité du territoire géographique de ses 39 communes.

La loi « Grenelle II » du 12 juillet 2010 a profondément remanié le droit d'affichage extérieur et d'autres évolutions juridiques ont impacté la réglementation de l'affichage extérieur. La loi du 27 décembre 2019 a repoussé au 13 juillet 2022 la date de caducité des RLP communaux de 1^{ère} génération.

Les articles 36 à 50 de la loi ENE, traduits dans le décret n°2012-118 du 30/01/2012, ont eu comme conséquence de modifier les dispositions du RNP, à savoir :

- Les formats des dispositifs publicitaires et muraux sont réduits,
- Une règle de densité limitant le nombre de dispositifs
- Encadrement spécifique des dispositifs lumineux et numérique en particulier,
- La réforme des règlements locaux,
- Règle d'extinction nocturne.

Compte tenu de ces évolutions législatives et réglementaires, l'élaboration d'un RLPi s'impose à m2A afin de mettre en conformité l'ensemble des règles régissant la publicité. Ainsi, la procédure a été engagée par les élus et approuvée par délibération du Conseil d'Agglomération, puis après une importante période de concertation le projet a été arrêté en date du 27 Septembre 2021.

Par arrêté n°06/2022 du 7 Mars 2022 le Président de m2A a ordonné l'ouverture de l'enquête publique relative au projet de RLPi.

La finalité de cette réglementation est environnementale : il s'agit de protéger les paysages et d'améliorer le cadre de vie, sans porter atteinte à la liberté du commerce et de l'industrie, ni à la liberté d'expression dont bénéficie la publicité.

Pour faire face à ces enjeux le Conseil d'Agglomération a dressé dans sa délibération les principaux objectifs de ce projet, à savoir :

- Anticiper la caducité des RLP existants de 14 communes,
- Maintenir un cadre de vie de qualité,
- Protéger les secteurs patrimoniaux,
- Renforcer l'attractivité résidentielle et des pôles commerciaux,
- Mettre en valeur la trame verte et bleue,
- Harmoniser la réglementation, notamment sur les axes structurant de l'agglomération.

Un acte fort que Mulhouse Alsace Agglomération a déployé avec beaucoup d'énergie pour l'élaboration de ce projet en concrétisant des choix politiques, en poursuivant son engagement pour un environnement vertueux qui prend en compte la nature, l'eau, le cadre de vie des habitants, le patrimoine et l'interconnexion entre quartiers et les communes membres.

Conclusions générales et Avis

Mulhouse Alsace Agglomération regroupe environ une population de 277 000 habitants ; elle se positionne comme 2^{ème} intercommunalité d'Alsace. M2A est constituée d'une unité urbaine de 21 communes et de 18 communes hors unité urbaine sur un ensemble de 39 communes. Le territoire est concerné par 9 règlements locaux différents (RLP) dont 1 RLPi. Le règlement national de publicité (RNP) s'applique actuellement aux 28 autres communes.

Le RLPi qui est un outil de planification et qui constitue aussi un document d'urbanisme réglementaire de droit commun édicte des règles nécessairement plus restrictives que le règlement national.

Ce projet est l'aboutissement d'un long processus au cours duquel une large concertation a été menée entre Décembre 2019 et Août 2021 associant les acteurs locaux, les associations, les Personnes Publiques Associées et les habitants de l'ensemble du territoire.

Pour atteindre son objectif, la démarche de m2A met précisément en avant l'importance de la dimension paysagère et patrimoniale de son territoire en y réglementant des éléments qui pourraient en des lieux particuliers et stratégiques, par leur implantation et leur positionnement mais aussi leur forme et leur taille, contribuer à le dégrader.

Le diagnostic a permis de dégager les objectifs, les orientations et de justifier les choix. Réalisé à partir d'un état des lieux, celui-ci a permis de recenser la non-conformité de nombreux dispositifs soit par infraction à la réglementation nationale, soit à des règles locales des RLP existants.

L'élaboration du document fait suite aux transferts de compétence, aux modifications de la réglementation de la publicité extérieure et à l'obligation d'une mise en conformité des documents qui ont été précédemment approuvés (avant le 13 juillet 2020) sous peine d'un retour au Règlement National de Publicité.

Les enjeux du territoire ont été clairement présentés et détaillés, les objectifs bien définis et transcrits dans le règlement et le zonage. On considère donc que le projet de RLPi de m2A, construit à partir du RNP, permettra de favoriser la mise en valeur du paysage, confortera la richesse du patrimoine bâti et luttera contre la pollution visuelle,

tout en tenant compte des nécessités économiques et de évolutions urbaines du territoire auquel il s'applique.

La participation du public en général a été relativement modeste. Durant les 33 jours de l'enquête publique et au cours des 10 permanences assurées, le commissaire enquêteur n'a reçu que 3 personnes, toutes professionnelles de la publicité, qui ont déposées des contributions conséquentes. Durant cette même période 10 autres contributions ont été recueillies par courriels et d'un courrier.

Les contributions émanant des professionnels de l'affichage et deux particuliers estiment que le projet va trop loin et risque de perturber grandement l'activité commerciale, artisanale et industrielle et émettent un avis défavorable. Au contraire, des associations environnementales et des particuliers demandent même que le projet soit encore plus restrictif.

Deux associations de protection de l'environnement qui, durant la phase de concertation et de consultation des PPA avaient fait part d'observations importantes n'ont plus déposé de contributions durant cette enquête.

Le Public s'est donc exprimé à propos de préoccupations légitimes ou en rapport avec une idée de l'intérêt général. Ainsi on peut distinguer deux groupes d'observations majeurs : Celui porté par des associations avant enquête (Paysages de France et Résistance à l'Agression Publicitaire) et à l'opposé, celui porté par les professionnels de l'affichage durant l'enquête publique.

Le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de l'agglomération mulhousienne (m2A) soumis à enquête publique a permis aux acteurs de la publicité, aux associations environnementales, mais en revanche à très peu de public, de se rendre compte que ce projet est inévitablement difficile pour concilier nécessité et besoin d'affichage contre préservation des paysages.

Les compléments de réponse apportés par m2A concernent des points majeurs du projet défendu par l'agglomération mulhousienne qui font l'identité de l'ensemble de son territoire et de ses paysages. S'il nécessite de subir encore quelques ajustements et rectifications qui n'en modifieront pas l'économie générale, je considère que le RLPi de m2A parvient à concilier la liberté d'expression, l'exercice de l'activité économique et commerciale avec l'affichage publicitaire et les préoccupations environnementales, ces dernières devenant une exigence des citoyens de plus en plus prégnante, tant ils accordent une place particulière et déterminante à leur cadre de vie.

L'examen du projet permet de constater que m2A a recherché à limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie et l'environnement sans ignorer la liberté d'expression et le bon exercice de l'activité économique.

Le RLPi ayant suscité des réactions, d'une part par une faible partie du public, des associations de défense de l'environnement, et d'autre part, par des professionnels de la publicité, cela incite à penser que le projet a trouvé un juste équilibre entre deux positions extrêmes totalement opposées l'une de l'autre.

Le présent projet de règlement de la publicité limitera drastiquement la publicité sur le territoire de m2A comparativement à la situation actuelle sans toutefois la bannir complètement. Il s'agit donc d'un compromis entre le bannissement de la publicité et la nécessité économique.

La concrétisation des choix que m2A veut porter par ce projet devrait améliorer le cadre de vie des habitants. Par son positionnement stratégique au cœur du réseau d'une grande métropole économique ces choix confortent également les enjeux. Les opérations réussies ont souvent pour caractéristiques un portage politique fort qui sait dépasser les intérêts particuliers par une vision à long terme des intérêts généraux.



Pour le Commissaire Enquêteur ce projet de RLPi est le fruit indéniable d'un travail d'analyse et de réflexion de qualité même si dans certains domaines il reste perfectible. Il résulte aussi d'une participation et d'un investissement réel et conséquent des élus.

Bien conscient que ce projet est la résultante d'un certain nombre de compromis pour obtenir l'adhésion de l'ensemble des acteurs que ce soit, des associations, des professionnels de l'affichage, des habitants et des élus. La politique de Mulhouse Alsace Agglomération contribue à relever les défis auxquels sont confrontés les villes et villages d'aujourd'hui.

AUSSI, compte tenu :

- Du rapport que j'ai établi,
- Des conclusions développées ci-dessus,
- Du dossier d'enquête conforme à la réglementation,
- Du mémoire de m2A en réponse au PV de synthèse,
- Des engagements de la collectivité à étudier avec attention,

Vu l'ordonnance du Tribunal Administratif n° E 22000016/67 du 08/02/2022 désignant le commissaire Enquêteur pour procéder à l'Enquête Publique,

Vu l'arrêté n° 06/2022 du 7 Mars 2022 prescrivant les modalités de l'enquête publique par le Président de Mulhouse Alsace Agglomération,

Au regard du bien-fondé de ce projet, c'est en toute impartialité et objectivité que le Commissaire Enquêteur soussigné conclut à un **AVIS FAVORABLE** au projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal de Mulhouse Alsace Agglomération

Cet avis comporte une réserve :

- Dans le dossier « Règlement du RLPi » : Procéder à la correction de l'article 3.1 du Chapitre 3 - Règles applicables à la zone 3 de la mention manquante « Dispositifs non numériques », ainsi que d'autres erreurs matérielles signalées durant l'enquête

Et deux 2 recommandations :

- Respecter les propositions faites par m2A dans son mémoire en réponse annexé,
- Mettre à jour les arrêtés municipaux et les plans fixant les limites d'agglomération de certaines communes

Le 13 JUIN 2022
Le Commissaire Enquêteur,

