

Le Commissaire Enquêteur
GARNIER Jean-Claude *(1^{ère} sec. J. Garnier)*

jean-claude.garnier313@orange.fr

De : "Enquête publique - RLP" <rlp@ville-fontenaylecomte.fr>
Date : mercredi 12 septembre 2018 14:46
À : <fne.vne85@gmail.com>
Objet : RE: Dossier d'enquête publique RLP

Monsieur LE QUELLEC,

J'accuse réception de votre courriel. Celui-ci a été transmis à Monsieur GARNIER, Commissaire enquêteur. Concernant l'avis de la CDNPS, je vous informe que ce dernier a été communiqué à la Ville par le secrétariat de la CDNPS le lundi 10 septembre 2018. Cet avis va être intégré au dossier d'enquête publique dès aujourd'hui et au dossier d'enquête publique dématérialisé sur le site @ de la Ville le jeudi 13 septembre 2018 au plus tard.

Vous remerciant de l'intérêt porté à ce dossier.

Bien à vous,

Christophe COCHARD
Pôle Environnement - Transports

De : VNE [mailto:fne.vne85@gmail.com]
Envoyé : mardi 11 septembre 2018 11:42
À : Enquête publique - RLP <rlp@ville-fontenaylecomte.fr>
Objet : Dossier d'enquête publique RLP

Monsieur le Commissaire enquêteur,

Ayant pris connaissance du dossier mis en ligne par la ville de Fontenay-le-Comte, je relève qu'il apparaît incomplet dans la mesure où l'on n'y trouve pas l'avis rendu par la Commission de la nature, des paysages et des sites (CDNPS) dans sa séance du 11 juin 2018.

Cet avis est obligatoire (art. L. 581-14-1 du code de l'environnement) et le dossier d'enquête publique doit comporter tous les avis obligatoires (art. R. 123-8 du même code).

J'ai par conséquent l'honneur de vous demander que le dossier soit complété, de sorte qu'il respecte les obligations réglementaires et qu'il donne au public l'ensemble des informations qu'il est en droit d'y trouver.

Dans le même esprit, il nous semble nécessaire que la ville de Fontenay-le-Comte complète l'information disponible en indiquant les suites que la municipalité envisage de donner aux réserves, recommandations, observations émises sur le projet de RLP dans la phase ayant précédé la mise à l'enquête publique (CDNPS, DREAL, DDTM).

Vous remerciant de l'intérêt que vous voudrez bien porter à cette intervention,

Cordialement,
Yves le Quellec
Vendée Nature Environnement



Garanti sans virus. www.rva.com

Les observations

Le Commissaire Enquêteur
GARNIER Jean-Claude

Apporté au dossier le mercredi
26 septembre à 18 à 15h 15

Christophe Gohard

Ville de FONTENAY LE COMTE
Monsieur le Commissaire enquêteur
en charge du RLP
Hôtel de Ville
9 Rue Georges Clemenceau
85201 FONTENAY LE COMTE

La Roche sur Yon, le 26/09/2018

RECOMMANDÉ
MAIL : rlp@ville-fontenaylecomte.fr

Objet : Élaboration du règlement local de publicité

Monsieur le Commissaire,

Notre Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT est spécialiste de la communication numérique via l'implantation de mobiliers urbains, de panneaux publicitaires et d'enseignes numériques.

C'est donc avec une attention toute particulière qu'elle a pris connaissance du projet de règlement local de publicité soumis à l'enquête publique en cours, et dont vous avez la charge.

En premier lieu, la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT ne peut que regretter que plusieurs dispositions du RLP arrêté traduisent, en l'état, et de la part du rédacteur, et d'autant plus lorsqu'on est attentif au cumul des contraintes, une indéniable réticence à l'encontre des panneaux publicitaires et des enseignes numériques.

La lecture attentive du rapport de présentation et du règlement du RLP arrêté révèle, en effet, des possibilités d'implantation on ne peut plus limitées, non seulement sur le plan géographique, mais, en outre, sur le plan technique.

Il ressort, ainsi, du RLP soumis enquête, et notamment de l'article 15 du règlement, que "*la publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence* [soit en l'occurrence la publicité numérique] *n'est admise qu'en ZPR4*".

Il est par ailleurs précisé à l'article 15-1 (*observation étant faite qu'il n'y a pas d'article 15-2*) et au titre des "*règles relatives à la ZPR4*" et "*applicable à la publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence*" que :

"La publicité murale ou scellée au sol est admise, sous réserve de la disposition de densité prévue par l'article 16 du présent règlement, et sous réserve :

- *d'une surface maximale de 2 m²,*

- d'une installation à plus de 15 m de toute baie d'habitation, lorsque le dispositif est visible depuis cette baie,
- d'un encadrement inférieur à 15 cm."

Cette indéniabre réticence et ce double champ de restrictions opposés à ces nouvelles techniques numériques et au champ d'activité de notre Société sont par ailleurs plus précisément explicités dans le cadre des développements concernant la zone ZPR4 (article 2.5) soit la seule zone dans laquelle les publicités numériques sont admises.

Il est ainsi indiqué :

"La Ville souhaite néanmoins envisager les conditions de l'installation de publicités numériques, ce mode de communication tendant à se développer, et la durée d'applicabilité du présent règlement étant longue.

Il est ainsi envisagé un cadrage strict de cette publicité :

- cadrage géographique : certains axes ciblés, Place de l'Ouillette. Ces zones ne présentent pas de caractère patrimonial ; la configuration des lieux permet d'atténuer l'impact de l'intégration de publicités numériques (champ dégagé, axe large).
- cadrage technique : surface très limitée, densité limitée, recul imposé par rapport aux baies d'habitation, limitation de l'épaisseur de la structure, visant à en atténuer l'impact visuel."

Enfin, s'agissant des enseignes, il est indiqué qu'elles "sont interdites pour les bâtiments de type "habitation" " et qu' "elles sont strictement encadrées et limitées pour les bâtiments de type "hangar" ".

(Règlement - page 54)

Cette limitation tant géographique que technique, inspirée par cette indéniabre réticence, est objectivement parfaitement disproportionnée et intervient de façon tout à fait paradoxale avec les objectifs par ailleurs exposés par la Collectivité (à qui il appartient de procéder à la rédaction sans que celle-ci ne ressorte de la seule compétence du bureau d'études qui l'accompagne) notamment lorsque l'on se réfère aux "orientations du règlement local de publicité" et aux débats dont elles ont fait l'objet lors de la séance du Conseil municipal du 14 novembre 2017.

Parmi ses orientations générales, il a été décidé par la Collectivité de décliner le règlement local de publicité de FONTENAY LE COMTE autour de quatre axes dont celui relatif à la "prise en compte des nouvelles technologies en matière de publicité / enseigne :

- technique numérique,
- banderoles et supports temporaires."

(Délibération du Conseil municipal du 14 novembre 2017)

Ce faisant, la Collectivité a affiché une volonté politique de prendre effectivement en compte ces nouvelles techniques numériques en matière de publicité et d'enseigne.

Or, il est tout à fait paradoxal d'afficher cette volonté politique pour aboutir à des restrictions de la nature de celles qui ressortent du RLP soumis à enquête publique.

De toute évidence, ces restrictions traduisent un défaut d'appréhension de ce que sont ces nouvelles techniques tant sur le plan juridique que sur le plan qualitatif, au point que l'objectif affiché d'une prise en compte effective n'a objectivement pas été atteint et impose une révision des règles telles qu'elles ont été pour l'heure arrêtées.

A- SUR UNE NÉCESSAIRE MEILLEURE APPRÉHENSION DE CES NOUVELLES TECHNIQUES NUMÉRIQUES

Comme précédemment relevé, la rédaction du RLP procède d'une appréhension négative des nouvelles techniques numériques qui sont pourtant consacrées par le législateur, qui plus est via la Loi Grenelle II *-nous y reviendrons-*, et qui offrent, sur le plan environnemental notamment, d'indéniables avantages qui n'ont pas été valablement appréciés en l'espèce.

Comme dans de nombreux domaines, le numérique constitue, en réalité, une solution d'avenir qui permet un juste équilibre entre la nécessaire communication et la préservation du cadre de vie.

A cet égard, dans ce domaine comme dans d'autres, la crainte de la nouveauté ne doit pas aveugler les décideurs.

La Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT entend rappeler ici que le régime de la publicité numérique a précisément été appréhendé dans le cadre de la loi n°2010-788 du 2 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite Grenelle II, mais encore au travers du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes pris pour son application.

Cette appréhension par la Loi Grenelle II traduit, de façon on ne peut plus incontestable, la parfaite légalité de l'installation de tels équipements de publicité lumineuse, naturellement dans les limites précisément fixées par ce décret.

Il sera d'ailleurs rappelé que la notice explicative du décret précité du 30 juillet 2012 rappelle que la réforme de la publicité extérieure issue de la loi du 2 juillet 2010 *"vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux"* et précise que *"les publicités lumineuses, en particulier numériques, sont spécifiquement encadrées, en ce qui concerne leur surface, leur luminescence, leur consommation énergétique, leur dispositif anti-éblouissement"*.

En d'autres termes, le pouvoir législatif, comme le pouvoir réglementaire, se sont montrés particulièrement attentifs à l'utilisation de ces moyens nouveaux dont ils ont consacré la parfaite légalité, les dispositions adoptées ayant d'ailleurs été codifiées dans le Code de l'environnement.

Les équipements ainsi autorisés par la loi présentent de nombreux avantages en termes pratique et environnemental.

Par principe, ils permettent de limiter les supports de communication, mais encore l'usage de papier et de colle, ce qui est naturellement loin d'être négligeable à bien des égards.

Ils sont par ailleurs soumis à un certain nombre de prescriptions techniques adoptées sur le plan national qui n'imposent pas d'aller objectivement au-delà sur le plan local.

Cette réalité en fait des équipements modernes permettant aux acteurs économiques de soutenir leurs activités via la publicité nécessaire à leur notoriété tout en permettant, parallèlement, de faire effectivement disparaître les alignements de panneaux classiques tels qu'ils se sont développés pendant des décennies dans de nombreux secteurs.

Comment, à cet égard, ne pas mettre cette réalité en perspective avec les constats opérés sur le territoire de la Commune de FONTENAY LE COMTE à travers, notamment, l'analyse qualitative insérée dans le rapport de présentation ?

(Rapport de présentation - pages 27 et suivantes)

Cette analyse qualitative relève, en effet, l'impact sur l'environnement de la multiplicité des supports publicitaires dont il est dit qu'elle dénature le paysage, obture les perspectives du fait des surfaces d'affichage, des densités et de l'installation sur de petites parcelles.

On sait, par ailleurs, l'importance pour les opérateurs économiques de pouvoir précisément communiquer sur leurs activités, et nul ne saurait objectivement contester la nécessité de la publicité pour le développement économique.

A cet égard, les observations formulées par la Chambre de commerce et de l'industrie de la Vendée, en qualité de personne publique associée, sont tout à fait révélatrices lorsqu'il est relevé :

"Le projet de règlement local de publicité est ambitieux en matière environnemental. Nous savons que le développement du commerce est une de vos priorités, mais nous souhaitons attirer votre attention sur le fait qu'il ne devra en aucun cas pénaliser le développement des activités économiques, ni l'attractivité du territoire."

Or, précisément, l'affichage numérique permet, par essence, de maintenir une communication pour de nombreux acteurs économiques tout en limitant les supports de communication, puisque, techniquement, il permet la diffusion de multiples messages sur un seul et unique support.

En d'autres termes, cette technique nouvelle constitue de véritables opportunités pour concilier les objectifs que sont, d'une part la préservation de l'environnement et du cadre de vie, et d'autre part la nécessaire communication commerciale comme support du développement économique.

En l'espèce, de toute évidence, bien que la Collectivité ait affiché sa volonté politique de prendre en compte ces nouvelles techniques numériques en matière de publicité et d'enseigne, il est constant que la rédaction du RLP telle qu'elle a été aujourd'hui arrêtée fait fi de la réalité de ce qui est aujourd'hui la technique numérique et de ce qu'elle est effectivement susceptible d'apporter en terme de communication publicitaire notamment.

Le cadrage strict tant sur le plan géographique que sur le plan technique tel qu'il est décrit page 52 du rapport de présentation est tout à fait révélateur de ce défaut d'appréhension qu'il convient objectivement de corriger.

B- SUR LES NÉCESSAIRES AJUSTEMENTS DU RLP AVANT SON APPROBATION

Au-delà de la description du défaut d'appréhension de l'opportunité que représentent ces nouvelles techniques de communication numérique, force est de constater la commission d'une grossière erreur

de fait et de droit dans le rapport de présentation lorsque deux panneaux exploités par notre Société sont appréhendés comme du "*mobilier urbain supportant de la publicité numérique*".

(Rapport de présentation - page 19)

Cette erreur est d'ailleurs réitérée au troisième paragraphe de l'article 2.5 du règlement arrêté lorsqu'il est indiqué à propos de la publicité numérique telle qu'elle est actuellement exercée sur le territoire de la Commune :

"Lors de l'élaboration du présent RLP, celle-ci n'est présente sur la Ville qu'au travers de deux mobiliers urbains, situés Rue Rabelais et Boulevard Hoche. La publicité numérique sur mobilier urbain n'étant pas rendue possible en parc naturel régional par le Code de l'environnement, la publicité est amenée à disparaître de ces mobiliers."

De toute évidence, cette qualification est opérée au seul motif que ces panneaux seraient installés sur le domaine public.

Pour autant, une telle installation sur le domaine public ne suffit en aucun cas à qualifier ces panneaux publicitaires de "*mobiliers urbains*".

Avant d'y venir précisément, il est, à cet égard, bien entendu que la seule implantation de tel ou tel équipement sur le domaine public ne fait pas de cet équipement du mobilier urbain.

De même qu'il ne saurait être question d'appréhender un kiosque à pizza ou à journaux, ou encore les tables et chaises d'une terrasse de café comme constitutifs de mobiliers urbains, il ne saurait être question d'appréhender comme tels les panneaux publicitaires installés par notre Société sur ce domaine public avec l'autorisation de son gestionnaire.

Ces panneaux, quand bien même diffuseraient-ils, notamment, des informations institutionnelles pour le compte de la Collectivité, constituent des panneaux publicitaires, propriétés de notre Société, et en aucun cas du mobilier urbain qui diffuserait de la publicité.

A cet égard, le Guide pratique sur la réglementation de la publicité extérieure produit par le Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie traite, précisément, page 45, de la définition du "*mobilier urbain*".

Le "*mobilier urbain*" y est ainsi défini comme étant "*une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indications du nom des rues, etc.)*".

C'est donc de façon parfaitement erronée, mais encore par une appréhension fautive de la teneur de nos équipements, qu'est ici soutenue l'idée selon laquelle ces panneaux publicitaires seraient illégaux pour constituer du mobilier urbain supportant de la publicité numérique.

Le rapport de présentation ne saurait dès lors, et à ce titre, être approuvé en l'état.

Il appartient, en outre, et en tout état de cause, à la Collectivité, comme rédacteur du RLP, de ne pas perdre de vue qu'un panneau publicitaire numérique peut effectivement être implanté sur le domaine public sans pour autant que cette implantation, ou encore la diffusion d'informations institutionnelles (par l'achat par la Collectivité ou encore l'attribution en contrepartie de l'occupation du domaine public de temps de diffusion), ne fassent de ces panneaux du "*mobilier urbain*".

Ceci relevé, notre Société ne débattrà pas ici de la légalité de l'article R. 581-42 du Code de l'environnement pourtant sujette à bien des interrogations.

Au-delà de ce premier aspect, sans qu'il s'agisse ici de contester à la Collectivité le droit qui est le sien de restreindre la publicité dans certaines zones réduites, la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT ne peut que contester le caractère géographiquement on ne peut plus restrictif imposé à ces équipements.

C- SUR LES NÉCESSITÉS D'ASSOULIR LA LIMITATION GÉOGRAPHIQUE DES POSSIBILITÉS D'IMPLANTATION DES PUBLICITÉS NUMÉRIQUES

Comme il a été précédemment relevé, le règlement local de publicité autorise la publicité numérique qu'en zone ZPR4.

Vous noterez, en premier lieu, que cette restriction découle de la commission de l'erreur de droit sus-décrite.

Il est, en effet, indiqué que "*lors de l'élaboration du présent RLP, [la publicité numérique] n'est présente sur la Ville qu'au travers de deux mobiliers urbains, situés Rue Rabelais et Boulevard Hoche. La publicité numérique sur mobilier urbain n'étant pas rendue possible en parc naturel régional par le Code de l'environnement, la publicité est amenée à disparaître de ces mobiliers*".

Or, dès lors qu'il ne s'agit en aucun cas de publicité sur du mobilier urbain mais de panneaux publicitaires en tant que tels le motif développé pour justifier la suppression des panneaux existants Rue Rabelais et Boulevard Hoche est donc parfaitement infondé, alors même que ces panneaux, comme ceux qui seraient susceptibles de les remplacer, permettent précisément de maintenir une communication commerciale effective des acteurs locaux, tout en empêchant corrélativement une multiplicité de supports publicitaires.

Au-delà de ce premier aspect, il ne vous échappera pas, en second lieu, qu'en limitant la publicité numérique au secteur ZPR4 le RLP fixe une restriction tout à fait disproportionnée, au regard, non seulement de l'opportunité que représente la possibilité d'implanter des équipements numériques en terme, notamment, de lutte contre la densification des panneaux d'affichage, mais encore et surtout de l'obligation de respecter la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie.

Il est, à cet égard, constant que les rédacteurs du règlement local de publicité doivent veiller à ce que l'activité d'afficheur, si elle est interdite dans certains secteurs de l'agglomération, puisse s'exercer dans d'autres.

Or, en limitant l'activité de Sociétés comme la nôtre au seul secteur ZPR4 les rédacteurs du RLP ont adoptés un positionnement tout à fait disproportionné, puisque limité à des secteurs particulièrement étroits sans d'ailleurs que les opérateurs ne puissent avoir quelque garantie que ce soit d'obtenir des propriétaires avoisinants, et/ou encore des gestionnaires du domaine public, des autorisations effectives d'implantation.

Il ne vous échappera pas, Monsieur le Commissaire, que les secteurs concernés, hachurés sur le plan de zonage, sont particulièrement étroits.

D'ailleurs, le secteur ZPR4 est décrit comme étant un "sous-ensemble de la ZPR3" elle-même décrite comme correspondant "aux axes fréquentés, ainsi qu'aux axes majeurs des zones d'activités" ou encore comme étant la zone dans laquelle "la publicité est la plus présente aujourd'hui".

Il est, par ailleurs, indiqué que dans cette zone ZPR3 "le diagnostic a mis en évidence certains problèmes d'intégration, liés aux formats, aux densités, qui cadrent mal avec la Ville".

Il est, en outre, affiché la volonté d' "une réduction de l'emprise visuelle imposée par les supports et une amélioration de leur intégration dans l'environnement" via "des limitations de surfaces et de densités" et "des critères qualitatifs sur les supports permet[tant] d'en améliorer la perception et l'intégration".

Il s'agit, en réalité, d'objectifs auxquels les nouvelles techniques de publicité numérique répondent.

Pour autant, la ZPR3 est décrite comme "la zone où-la publicité "non numérique" peut le largement s'installer" sans que cette discrimination contre la publicité numérique ne soit objectivement justifiée.

De la même manière, et alors qu'elle correspond "à quelques axes limités", rien ne justifie objectivement l'exclusion de la publicité numérique dans la zone ZPR2, alors même que la publicité numérique est à même, à l'instar des procédés plus classiques, de répondre aux objectifs fixés en terme d'intégration.

Vous aurez donc compris, Monsieur le Commissaire, que la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT ne peut admettre le seul secteur ZPR4 comme étant susceptible de recevoir ses panneaux publicitaires alors même qu'il s'agit d'une zone beaucoup trop stricte au sein de laquelle elle n'a, comme les autres acteurs du secteur, aucune garantie de pouvoir effectivement, aux termes de sa prospection foncière, obtenir des emplacements lui permettant effectivement de s'implanter.

Ce risque est d'autant plus effectif lorsqu'on le met en perspective avec les dispositions de l'article 16 qui limite de façon particulièrement stricte les possibilités d'implantation en prenant en compte le linéaire de façade de chaque unité foncière.

Ce risque effectif de ne pouvoir obtenir des emplacements renforce, d'ailleurs, la démonstration de ce que la restriction géographique est tout à fait disproportionnée, dès lors qu'en pratique elle risque d'avoir les mêmes effets qu'une interdiction pure et simple.

La Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT sollicite donc de votre part que vous émettiez un avis favorable à ce que la publicité numérique puisse être corrélativement autorisée dans les zones et ZPR2 et ZPR3.

Au-delà de cet aspect géographique, la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT ne saurait, en outre, s'accorder sur les restrictions techniques retenues via l'article 15-1 du règlement.

D- SUR LES NÉCESSITÉS D'ASSOULIR LES MODALITÉS TECHNIQUES IMPOSÉES AUX PUBLICITÉS NUMÉRIQUES

Aux termes de l'article 15-1 du règlement, il a donc été prévu de délimiter la surface des publicités numériques à 2 mètres carrés.

Cette contrainte technique vient donc s'ajouter à la contrainte géographique sus-dénoncée.

Rien ne permet de la justifier, alors même qu'il est par ailleurs indiqué que la zone ZPR4 "ne présente pas de caractère patrimonial".

Elle traduit, en outre, un positionnement réglementaire tout à fait paradoxal avec les orientations du règlement, puisque, bien entendu, l'objectif politique de "prise en compte de la nouvelle technique numérique" impose, bien entendu, de prendre en compte la réalité des outils techniques disponibles en la matière.

Une telle restriction traduit une méconnaissance du métier de la communication publicitaire et un défaut effectif de prise en compte de la réalité de ce secteur d'activité.

Elle est, en outre, de nature à limiter (*tel est peut-être, ceci dit, l'objectif caché*) l'attractivité de supports de publicité numérique sans aucun motif objectif distinct de la réticence de principe par ailleurs dénoncée.

A cet égard, le pouvoir réglementaire s'est lui-même positionné sur la taille maximale des publicités numériques sans qu'il soit ni nécessaire, ni justifié, ni utile pour la Commune de FONTENAY LE COMTE d'aller au-delà.

C'est ainsi que l'article R. 581-41 du Code de l'environnement prévoit que :

"Une publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 8 mètres carrés ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol."

En l'espèce, et qui plus est dans la zone ZPR4, rien ne justifie de ramener cette surface maximale à 2 mètres carrés.

Une telle norme procède de l'erreur manifeste d'appréciation et traduit, à l'instar des contraintes géographiques strictes, une atteinte disproportionnée à la liberté d'expression et à la liberté du commerce et de l'industrie (*tant de la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT que des éventuels annonceurs*) que le Juge administratif ne saurait valider.

Vous aurez donc compris, Monsieur le Commissaire, que la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT ne peut que vous inviter à émettre un avis favorable à l'assouplissement des contraintes techniques imposées aux publicités numériques, qui plus est dans le secteur ZPR4, soit, en l'état, dans le seul secteur au sein duquel elles sont autorisées.

E- S'AGISSANT DES ENSEIGNES

L'article 19 interdit purement et simplement les "enseignes numériques" sur les bâtiments de type habitation.

Il s'agit d'une interdiction générale et absolue prohibée par la loi et la jurisprudence.

Elle ne saurait donc être maintenue.

Le point 5 de l'article 20 précise que "les enseignes numériques ne sont admises que sur les emprises foncières limitrophes des axes" et ajoute par ailleurs un certain nombre de restrictions techniques.

leur obligation

Là encore, il s'agit de restrictions tout à fait disproportionnées de nature à empêcher purement et simplement la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT, et les autres acteurs du secteur, de mener leurs activités.

Cette position de principe tendant à limiter le plus possible, voire même à interdire en pratique, l'implantation des enseignes numériques est donc entachée d'illégalité et entrave la communication économique des acteurs locaux.

* * *

Ainsi, en synthèse, et au regard des avantages inhérents à ces nouvelles techniques numériques, mais encore de la nécessaire obligation de traiter de façon égalitaire l'ensemble des acteurs économiques du secteur de l'affichage, et de respecter la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie, la Société COCKTAIL DEVELOPPEMENT ne peut que vous inviter à émettre un avis favorable à un assouplissement objectif des contraintes associées à leur implantation de telle sorte que le RLP tel qu'il sera, à terme, approuvé procède effectivement d'un juste équilibre entre l'ensemble de ces obligations et celle liée à la protection du cadre de vie auquel chacun est bien entendu tout à fait attaché.

Vous remerciant de l'attention que vous porterez aux présentes, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Commissaire, l'assurance de nos sentiments respectueux.

Stéphane FRIMAUDEAU
Président du groupe Cocktail Vision

Le Commissaire Enquêteur
GARNIER Jean-Claude

Jeun. observation

Ajouté au dossier le jeudi
27 septembre 2018 à 8h35

Enquête publique - RLP

De: Alain BLANCHARD <alain.blanchard31@icloud.com>
Envoyé: mercredi 26 septembre 2018 16:58
À: Enquête publique - RLP
Objet: Élaboration du règlement local de publicité

Christophe Gchard


Monsieur le Commissaire,

Notre époque vit une révolution technologique dans laquelle le numérique doit prendre sa place pleine et entière.

Or, force est de constater que le projet de RLP de la Commune de FONTENAY LE COMTE en cours d'enquête publique ne tient pas compte de cette réalité objective, nonobstant un zonage et un règlement de nature à compromettre, de façon on ne peut plus sérieuse, l'utilisation de ces outils modernes pour la communication commerciale dont nous avons besoin.

Les panneaux de publicité numérique permettent la diffusion de nombreux messages, sans papier, ni colle, en limitant la prolifération des supports de publicité.

Ce faisant, ils participent précisément à la préservation du cadre de vie objectivement mise à mal pendant des années par cette prolifération dénoncée dans le rapport de présentation du RLP en projet.

Il convient donc, incontestablement, d'assouplir le règlement pour permettre l'utilisation de ces moyens modernes que constituent les supports de communication numérique.

Vous remerciant de l'attention que vous porterez aux présentes, je vous prie de croire, Monsieur le Commissaire, l'assurance de mes sincères salutations.

Alain Blanchard

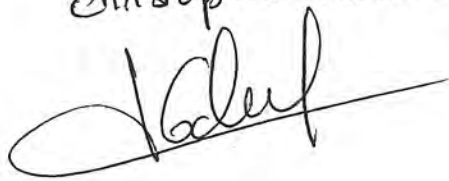
Les obsédés

Ajouté au dossier le jeudi 24
septembre 2018 à 8h35

M. Le Commissaire Enquêteur
GARNIER Jean-Claude

Enquête publique - RLP

De: Sophie Blanchard <so.olivier@wanadoo.fr>
Envoyé: mercredi 26 septembre 2018 17:11
À: Enquête publique - RLP
Objet: Élaboration du règlement local de publicité

christophe Cochard


Monsieur le Commissaire,

Utilisateurs réguliers des moyens de communication numérique pour notre activité, nous sommes contraints de constater que le projet de règlement local de publicité de FONTENAY LE COMTE ne laisse qu'une place très limitée, voire quasi inexistante à l'utilisation de ces moyens.

Une telle perspective est particulièrement regrettable, puisque, par ailleurs, nombre de panneaux d'affichage classiques sont appelés à disparaître.

Il est pourtant indispensable que les acteurs économiques puissent effectivement s'exprimer pour faire connaître leurs activités et leurs produits de manière à assurer leurs développements.

Il nous paraît donc indispensable que ce projet de RLP soit revu pour élargir les possibilités d'utilisation de tels moyens de communication numérique sur le bassin d'emploi de FONTENAY LE COMTE, même si, bien entendu, il ne saurait s'agir de transformer FONTENAY LE COMTE en Times Square vendéen...!

Cordialement.

Enquête publique

Le Commissaire Enquêteur
GARNIER Jean-Claude



Enquête publique - RLP

De: Enquête publique - RLP
Envoyé: jeudi 27 septembre 2018 14:25
À: 'Laurence Bouillaud'
Objet: RE: élaboration du règlement local de publicité

Bonjour,

J'accuse réception de votre contribution à l'enquête publique relative au projet de RLP de Fontenay-le-Comte. Celle-ci a été communiquée au commissaire enquêteur et sera jointe au dossier d'enquête publique.

Bien à vous,

Christophe COCHARD
Pôle Environnement - Transports
Tél. 02.51.53.41.33
Email c.cochard@ville-fontenaylecomte.fr

De : Laurence Bouillaud [mailto:laurence.rjn85@gmail.com]
Envoyé : jeudi 27 septembre 2018 14:06
À : Enquête publique - RLP <rlp@ville-fontenaylecomte.fr>
Objet : élaboration du règlement local de publicité

Bonjour,
En tant que présidente de l'association RJN85, je souhaite réagir au RLP qui a lieu sur Fontenay-le-Comte. Je constate que les dispositions proposées vont dans le bon sens et j'espère qu'elles seront bien appliquées. Par contre, vu la taille de notre ville et notre position dans le PNR, je pense que l'on peut se passer des publicités numériques lumineuses (gêne à la conduite, consommation d'énergie, pollution lumineuse). Je propose l'installation de grilles aux entrées de ville et à la plaine des sports pour que les associations puissent informer de leur action via des affiches et/ou des banderoles. Je souhaite aussi la disparition de toutes publicités sauvages sur les bords de route.
Cordialement
La présidente de RJN85, Laurence Bouillaud

Association Rencontres Jardin et Nature 85
25 rue des Cordiers
85200 Fontenay-le-Comte
02 51 69 30 59
www.rjn85.fr

Gen. Observations

M. Le Commissaire Enquêteur
GARNIER Jean-Claude

Au nom du groupe « L'Humain d'abord, Fontenay à gauche » nous nous sommes exprimés à chaque conseil traitant du sujet. La multiplicité des supports de publicité n'est pas seulement une destruction assurée des paysages mais nous pensons qu'elle constitue un leurre quant à la relance de l'économie locale .

Dégrader le paysage, c'est dégrader la qualité de la vie et c'est aussi toucher à l'économie du tourisme bien plus favorable au développement de l'activité locale et à la création d'emplois.

L'enquête a démontré l'importance de cette pollution visuelle.

Nous ne nous opposons donc pas au principe du RPL qui peut constituer un outil pour assainir le paysage visuel de notre ville mais à condition expresse que l'élaboration de ce RPL soit menée dans un esprit différent que celui consistant à détourner l'application de l'article L.581-8 du code de l'Environnement (interdisant la publicité du fait de sa proximité avec le Parc Naturel du Marais Poitevin à défaut de RPL).

Nous estimons que les orientations prises sont insuffisamment ambitieuses, les périmètres de limitation et d'interdiction de la publicité doivent être étendus plus largement :

Les paysages et le cadre de vie concernent l'ensemble des citoyens. Les fontenaisiens , comme 80% des français ont en réalité une opinion négative de la publicité (EX .enquête TNS SOFRES « publicité et société »2013)

Ce règlement qui devait être applicable dès septembre 2018 prévoit pour les situations non conformes aux nouvelles règles un délais de mise en conformité jusqu'en 2024 ce qui parait beaucoup trop long.

La beauté de notre ville et le site exceptionnel du Marais Poitevin, doivent nous conduire à une politique à la hauteur de tels enjeux, la publicité dans un PNR doit être une exception, et la publicité numérique interdite.

Dominique Chartier

Conseillère municipale



1^{er} observation

Le Commissaire Enquêteur
GARNIER Jean-Claude

Vendée Nature Environnement
27/09/15
Fédération départementale des associations
de protection de la nature et de l'environnement

Enquête publique relative au projet de Règlement Local de Publicité de Fontenay-le-Comte

**Déposition des associations France Nature Environnement Pays de la Loire
et Vendée Nature Environnement – 27 septembre 2018**

I – Sur la démarche :

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).

La publicité extérieure constitue un puissant facteur de banalisation du territoire, dès lors que 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 commune de Fontenay-le-Comte est entièrement située à l'intérieur du PNR du Marais Poitevin, labellisé en 2014. Elle contribue donc, par son adhésion à la charte, à la réalisation des objectifs poursuivis par le PNR.

Comme le met en évidence le rapport de présentation, cette commune est pourtant caractérisée dans plusieurs de ses quartiers par un nombre important d'infractions à la réglementation applicable, hors même la réglementation drastique liée au PNR, et par une pression publicitaire excessive. Au vu de la conjonction d'interdictions touchant ce territoire, la multiplicité des infractions qui y est relevé est tout bonnement inacceptable.

L'élaboration d'un règlement local de publicité (RLP) permet de déroger à l'interdiction d'implantation de la publicité au sein d'un PNR. La commune de Fontenay-le-Comte a décidé de s'engager dans l'élaboration de ce document afin de permettre la poursuite d'une partie de l'affichage déjà en place sur son territoire.

Par principe, nos associations sont très réservées quant à l'adoption de RLP au sein de territoires tels que les PNR, dans la mesure où cette adoption a pour seule finalité de déroger à une règle de protection des paysages. Le choix de cet outil peut cependant être justifié au sein de communes d'une certaine importance et présentant une offre diversifiée d'activités économiques. La commune de Fontenay-le-Comte peut s'inscrire dans ce cas de figure.

On ne peut manquer de s'étonner toutefois que le rapport de présentation ne fasse aucune mention d'une réflexion de la commune quant à un scénario consistant à ne pas mettre en place de règlement local de publicité. Il s'agissait en effet d'un scénario possible, ayant sur les paysages et les activités économiques une incidence dont il aurait été intéressant de discuter publiquement des avantages et inconvénients.

En tout état de cause, nos associations voient l'adoption du RLP de Fontenay-le-Comte comme une opportunité d'engager enfin une dynamique de dépose des nombreux panneaux nuisibles aux paysages

présents au sein de la commune. Il est à regretter qu'une telle dynamique n'ait pas d'ores et déjà été engagée par les autorités titulaires du pouvoir de police de la publicité extérieure (État) au vu de l'antériorité des infractions relevées sur le territoire.

II – Sur le contenu du document :

Nous insistons sur le fait que l'avis favorable délivré à la quasi-unanimité (11 avis favorables, un avis défavorable) par la CDNPS dans sa réunion du 12 juin 2018 ne l'a été que sous la réserve du respect d'observations relatives à la délimitation du zonage ainsi qu'à certains articles du projet de règlement.

Or, nous constatons que la commune de Fontenay-le-Comte, contrairement à l'affirmation en ce sens exprimée en séance, n'a aucunement fait évoluer son plan de zonage (v. en PJ le plan dans sa version du 20 mars 2018 soumis à la CDNPS, à comparer avec l'actuel).

S'agissant du règlement, nous constatons pareillement que les modifications synthétisées en annexe de l'avis de la DDTM n'ont pas été intégrées.

Nous nous interrogeons donc sur la contradiction entre les propos tenus par le représentant de la collectivité en séance et l'État non conforme aux engagements pris dans lequel le projet est présenté en enquête publique.

Nous réaffirmons les observations formulées par les représentants de notre mouvement à l'occasion de la réunion du 12 juin 2018 et en partie retranscrites dans les réserves de l'avis de la formation publicité de la CDNPS, à savoir notamment les nécessités :

- de réduire très significativement le périmètre de la ZPR1 de manière à n'y conserver que les principaux axes : l'autorisation de la publicité en zone résidentielle n'a pas de sens ;
- d'apporter aux périmètres des ajustements vis-à-vis du site patrimonial protégé et des monuments historiques ;
- de réduire la taille maximale de la publicité autorisée en ZPR2 (2 m² sur mobilier urbain) et en ZPR3 (4 m²) : les dimensions proposées dans le projet sont trop importantes pour une commune située au sein d'un parc naturel régional ;
- de bannir la publicité numérique, qui n'a rien à faire au sein d'un parc naturel régional, de la ZPR4.

III – Sur la mise en œuvre du document :

Comme exposé précédemment, la dépose des nombreux dispositifs illégaux rencontrés sur la commune s'impose avec urgence.

Nous appelons ainsi à la fixation d'un calendrier resserré de mise en conformité des situations illicites et nous tenons à la disposition de la collectivité pour échanger sur ce point.

En conclusion :

Nos deux associations ne peuvent délivrer un avis favorable au RLP de la commune de Fontenay-le-Comte que sous la réserve expresse de la prise en compte des demandes formulées par le service instructeur, la DREAL et le PNR du Marais Poitevin, demandes ayant motivé l'avis favorable de la CDNPS.

Jean-Christophe GAVALLET
Président de FNE Pays de la Loire

Yves LE QUELLEC
Président de Vendée Nature Environnement

