



Révision du règlement local de publicité
Compte-rendu de la réunion des personnes publiques associées (n°12)
14 septembre 2021



Etaient présents

Delphine Azaïs	Conseillère municipale
Sandrine Segaud	Directrice de l'urbanisme
Kim Ballester	Chargée de mission planification et aménagement
Thierry Vlimant	Bureau d'études Cadre & Cité
Claude Coste	Chargé de mission-Pôle routes et mobilités-Département
Audrey Vincent	Assistante d'études en aménagement-Communauté d'agglomération
Sophie Noguès	Elue à la chambre d'agriculture

Par téléphone

Sylvie Bochaton	Direction départementale des territoires et de la mer
-----------------	---

Etaient excusés : Sophie Loubens (ABF), Fabrice Renard (DDTM), Claire Cazade (Chambre d'agriculture), Luc Zenon (adjoint au maire), Carine Montelon (ville de Béziers)



Madame Azais, conseillère municipale déléguée aux bâtiments communaux et à la pollution visuelle, accueille les participants. Elle explique que la procédure de révision du règlement local de publicité a été suspendue en raison de la crise sanitaire, de la période électorale et de la priorité accordée à la révision du plan local d'urbanisme. Un projet avait été arrêté en décembre 2019 et soumis à l'avis des personnes publiques associées et de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites.

Depuis, monsieur le maire et l'équipe municipale ont souhaité apporter des modifications visant à préserver davantage le cadre de vie, tout en restant cohérents avec les objectifs initiaux et en maintenant la liberté d'expression et la liberté du commerce.

Monsieur Vlimant (bureau d'études Cadre & Cité) rappelle que le règlement de 2010 avait permis de résorber de nombreux désordres. Le diagnostic montre toutefois que publicités et enseignes sont encore très présents, notamment sous la forme d'enseignes scellées au sol et de publicités de grand format (8 m²) y compris sur le domaine public.

La ville souhaite aujourd'hui réduire à 2 m² le format maximum des publicités, sur les propriétés privées comme sur le domaine public, et limiter la surface des enseignes scellées au sol. La municipalité est d'autre part défavorable aux dispositifs numériques, qu'il s'agisse de publicités, d'enseignes ou d'écrans dans les vitrines.

Le règlement s'appuiera sur un zonage simplifié :

Une première zone recouvrirait le site classé (pour sa partie en agglomération), le site patrimonial remarquable, les abords des monuments historiques. La publicité serait autorisée sur le mobilier urbain uniquement (hors site classé), et les enseignes feraient l'objet de prescriptions qualitatives, dans la continuité du règlement de 2010. Madame Segaud souligne que les mesures envisagées ont déjà été étudiées avec les services de l'architecte de Bâtiments de France.

Une deuxième zone correspondrait aux grands axes et aux secteurs commerciaux, où est installée la publicité actuellement. La publicité serait admise sur les propriétés privées. Dans les secteurs commerciaux, la publicité numérique et les enseignes scellées au sol de 6 m² seraient admises. Enfin, les secteurs résidentiels de la commune constitueraient la zone 3, où la publicité ne pourrait être installée que sur le mobilier urbain.

La présentation est suivie de plusieurs interventions :

Madame Noguès (chambre d'agriculture) insiste sur l'importance des préenseignes dérogatoires, nécessaires aux activités viticoles ou à la vente de produits du terroir.

Une question est posée sur les délais d'application du règlement. Dès son entrée en vigueur, le RLP sera opposable à toute nouvelle installation. Les publicités en place disposeront de 2 ans pour se mettre en conformité ou disparaître, et les enseignes de 6 ans, sous réserve de leur légalité vis-à-vis du règlement national.

Madame Bochaton ne pouvant être présente, est contactée par téléphone.

Elle soulève les points suivants :

- A quoi correspond la surface de 2,60 m² pour les publicités ? Réponse : il s'agit de la surface hors tout (affiche et encadrement) des publicités dites « 2 m² » ;
- Le stade est-il classé hors zone de publicité (carte de zonage) ? Réponse : situé dans la zone 3, l'emprise du stade est soumise au règlement national de publicité, dans ses dispositions prévues pour les installations sportives, comme il l'est précisé au chapitre G des dispositions générales. Pour davantage de clarté, il sera plus nettement distingué sur le plan ;
- Les périmètres des zones de publicité sont à revoir, il s'agira d'extraire les zones N et A du PLU ainsi que les secteurs non densément bâtis, situés sur les limites extérieures. Réponse : les zones A et N seront portées sur le plan. Il n'existe pas de secteurs « non-densément bâtis » à l'intérieur des limites d'agglomération ;
- Les zones non situées en agglomération (déterminées par les panneaux d'E/S) ne peuvent pas être situées en zone de publicité ; réponse identique à la question précédente ;
- Ne pas autoriser la publicité numérique sur MU en ZP1. Réponse : la décision a été soumise à monsieur le maire, qui tranchera. En tout état de cause, le nombre et la superficie des dispositifs seraient extrêmement limités ;

- Interdire la publicité en covisibilité avec le site classé et les abords du Canal du Midi.
Réponse : la ville n'y voit pas d'inconvénient ;
- Le règlement autorise les publicités numériques en ZP2, Les images fixes ou animées sont ainsi autorisées. Une réflexion sur les pub numériques à images animées peut être utile à proximité des grands axes de circulation. Réponse : la publicité numérique, qui ne peut être totalement interdite, sera limitée de façon draconienne : présence uniquement dans les zones commerciales, surface de 2 m², distance entre panneaux. Des restrictions supplémentaires ne sont pas envisagées.

