

## Projet RLPi de Rouen Métropole Constats et propositions

Associations Résistance à l'Agression Publicitaire, Effet de serre toi-même, Alternatiba Rouen

# LA PUBLICITE DANS LA METROPOLE : CONSTATS et ENJEUX

## 1. Des RLP souvent anciens, voire inexistant, ne répondant plus aux enjeux actuels

La Métropole rouennaise est composée de 71 communes, de taille variable, dont seulement 23 sont actuellement dotées d'un RLP.

Parmi ces 23 communes, seules 7 ont un RLP de « seconde génération ». La majorité des RLP sont anciens, 7 datent d'avant 1990. Pour les communes ne disposant pas de RLP c'est donc actuellement le RNP qui s'applique.

***La majorité des RLP actuels ne répond donc plus aux enjeux publicitaires et moyens technologiques actuels***

Ainsi de nombreux écrans numériques ont été implantés ces dernières années (cf. Annexe). Or, aucun RLP, à l'exception de ceux de Petit Quevilly et de Tourville ne mentionne la publicité numérique. L'absence de réglementation, notamment due à l'ancienneté des RLP, ne permet pas d'interdire explicitement cette forme de publicité particulièrement invasive.

## 2. Les enjeux du RLPi concernant les ambitions écologiques de la Métropole

Le PCAET élaboré par la Métropole se donne pour objectif de diminuer d'ici 2050 les émissions de gaz à effet de serre sur le territoire, au delà de ce que prévoient les accords de Paris. La Métropole Rouen Normandie au delà de sa fonction de coordination dans la transition, reconnaît l'importance de son exemplarité pour assurer la transition énergétique du territoire. Divers objectifs sont fixés comme l'optimisation de l'éclairage public et la promotion de l'extinction nocturne, la mobilisation des acteurs locaux aux économies d'énergie, avec comme objectif final la diminution des émissions de gaz à effet de serre.

La Métropole a décrété début 2021 l'état d'urgence climatique, soulignant sa volonté que la transition social-écologique soit au coeur de ses objectifs stratégiques. Par ailleurs la loi Climat, en transférant les compétences de police en matière de publicité au maire ou au président de l'EPCI, donne aux communes toutes les responsabilités en terme d'affichage publicitaire extérieur.

Le RNP prévoit une extinction des enseignes et panneaux publicitaires lumineux entre 1h et 6h du matin, les panneaux publicitaires sur mobilier urbain ne sont pas soumis à cette obligation d'extinction nocturne et restent donc allumés la nuit. Aucun des RLP des

communes de l'agglomération ne prévoit actuellement une extension des horaires d'extinction des publicités ou enseignes.

De même, les panneaux publicitaires déroulants, lumineux et encore plus numériques ne contribuent pas à l'image d'une Métropole responsable et engagée pour le climat. Le nombre de panneaux numériques sur le territoire national a augmenté de 40% entre 2017 et 2019 et actuellement nous recensons au moins 18 panneaux ou préenseignes numériques sur le territoire de la Métropole. Ces panneaux numériques se multiplient également dans la vitrine des magasins.

Par ailleurs, nous constatons que l'obligation d'extinction des vitrines la nuit n'est pas toujours respectée



Panneau numérique situé avenue des Canadiens

Panneau numérique dans une vitrine



Au delà du gaspillage d'énergie générée par la publicité, celle ci incite à une surconsommation, de biens souvent polluants, en contradiction avec la nécessaire diminution des émissions de gaz à effet de serre.

***La révision du RLPi, en limitant de manière drastique la publicité sur le territoire est l'occasion d'atteindre les objectifs du PCAET***

### **3. Une discordance entre les ambitions communales affichées et la réalité**

Malgré le souhait légitime de préservation de cadre de vie mis en avant dans les RLP actuels, on relève sur le terrain l'implantation de dispositifs publicitaires voyants.

Par exemple, alors que dans le RLP de Bois Guillaume est constatée « *une prolifération de dispositifs publicitaires et de panneaux de toute sorte, portant atteinte l'environnement et au cadre de vie* », et qu'est instaurée une interdiction de la publicité lumineuse, avec l'ambition affichée de « *protéger le cadre de vie des Bois- Guillaumais* », on relève dans la ville au moins 2 panneaux numériques (sur mobilier urbain). L'absence d'interdiction de publicité numérique sur le mobilier urbain rend en partie caduque le souci de protection du cadre de vie. Ces panneaux restent allumés toute la nuit. Quel bénéfice pour le citoyen ?



Panneau publicitaire sur mobilier urbain  
situé au 300 rue de la République, 76150  
Bois-Guillaume. Ce panneau fonctionne jour  
et nuit.

La publicité est interdite dans le secteur A de Rouen mais fleurit sur les abris bus, car autorisée sur le mobilier urbain.

#### **4. Des règlements non respectés**

Plusieurs implantations de panneaux publicitaires ne respectent pas le RLP des communes concernées, voire constituent même une infraction au RNP.

Le rapport de présentation du RLP de Petit Quevilly souligne ainsi qu'une proportion non négligeable de panneaux publicitaires ne respecte pas la réglementation (8% à Petit Quevilly). Ces infractions sont-elles suivies de sanctions ?

Par exemple, à Petit Quevilly, le long du boulevard du 11 novembre est implanté un panneau publicitaire, sur un dispositif scellé au sol dans l'enceinte du Buffalo Grill. Il est pourtant stipulé dans le rapport de présentation, la volonté d'améliorer la qualité de cet axe, et le RLP interdit dans cette zone (ZPR2) les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ainsi que les enseignes numériques (excepté pour les services d'urgence).

Le panneau numérique situé au 116 rue Saint-Maur à Mont-Saint-Aignan ne respecte pas le RNP, puisque situé sur un mur non aveugle.

Des panneaux publicitaires pour des agences immobilières (indiquant par exemple qu'une transaction a été conclue) sont régulièrement apposés sur les façades des immeubles, ce qui constitue une infraction au RNP.

Le RNP prévoit une interdiction de la publicité extérieure dans les Parcs Régionaux, sauf s'il existe un RLP (cas de la commune du Trait-Yainville). Dans de nombreuses communes du Parc Régional des Boucles de la Seine Normande pourtant non pourvues d'un RLP subsistent des panneaux publicitaires.

***Le non respect de la réglementation en vigueur ainsi que la mise en place de limitations seulement partielles concernant l'implantation de la publicité limitent la volonté de préservation du cadre de vie***

## 5. Une ville enlaidie par la publicité

Les axes routiers principaux de Rouen et de son agglomération (par exemple : boulevard industriel à Sotteville-les- Rouen, route de Neufchâtel à Rouen, boulevard du 11 novembre à Petit Quevilly, route de Pont de l'Arche à Saint-Pierre-lès-Elbeuf) sont très empruntés quotidiennement, et sont donc les paysages les plus vus de l'agglomération. Ces axes majeurs ainsi que les entrées de ville représentent donc une sorte de vitrine de la Métropole et devraient faire l'objet d'une attention toute particulière. Le foisonnement de publicité grand format, le développement de publicité numérique le long des grands axes et à l'entrée de l'agglomération contribuent fortement à dégrader l'image de la métropole.

Ainsi le RLP de Rouen prévoit dans le secteur B' (entrées de ville) l'autorisation de scellés, alors qu'ils sont interdits en zone A et B. Sur le plateau est, les communes de Mesnil-Esnard et Boos, traversées par la route de Paris, ne possèdent pas de RLP. La commune de Franqueville-Saint -Pierre autorise la publicité le long de la route de Paris avec des restrictions minimales par rapport au RNP. Le long de cet axe (route de Paris, D6014), on constate de Mesnil Esnard à Franqueville de multiples panneaux scellés au sol, grand format, parfois jumelés ou numériques.

Par ailleurs, les panneaux publicitaires, particulièrement numériques, sont sources de distractions pour le conducteur et peuvent être accidentogènes.

***Le foisonnement de publicité, pré-enseignes et enseignes, particulièrement marqué et visible à l'entrée des villes concourt à leur enlaidissement. Les dispositifs de grand format, scellés au sol et numériques ont un impact paysager majeur***



Entrée de ville : route de Paris à Franqueville-Saint-Pierre

## 6. Des territoires inégaux

Les RLP existants proposent un découpage du territoire communal en plusieurs zones, avec une réglementation plus ou moins restrictive.

Ainsi le RLP de Rouen ne prévoit pas de restriction en terme d’affichage publicitaire sur la plus grande partie de sa superficie (secteur C). La pollution publicitaire visuelle est ainsi plus marquée pour les zones situées au sud du Boulevard de l’Europe ou au nord du boulevard de Verdun, par rapport au centre ville, contribuant à renforcer les inégalités territoriales.

## NOS PROPOSITIONS

### **1. Assurer l’exemplarité de la Métropole et contribuer aux économies d’énergie et à la diminution des émissions de gaz à effet de serre**

La démarche de réduction des émissions de gaz à effet de serre sur le territoire de la Métropole s’avère incompatible avec le maintien de dispositifs publicitaires énergivores. Les panneaux numériques (dont la consommation pour un panneau de 8m<sup>2</sup> équivaut à celle d’un foyer de 3 personnes) se sont multipliés, pour un service rendu à la population nul. Les affiches publicitaires classiques, en papier, sont peu à peu remplacées par des panneaux déroulants et éclairés. De plus, la production de panneaux publicitaires, particulièrement numériques, est couteuse en matières premières et au plan énergétique. Enfin, la pollution lumineuse générée perturbe le sommeil des habitants et la biodiversité.

Comme cela a été souligné par la Convention citoyenne pour le climat, la publicité incite à une surconsommation. L’espace publicitaire est majoritairement occupé par des gros groupes, louant des produits dont la fabrication et l’usage majorent l’émission de gaz à effet de serre.

A l’heure où chaque citoyen doit réduire sa consommation d’énergie, la Métropole se doit d’être exemplaire en ce domaine. Le maintien des éclairages publicitaires, des enseignes ou des vitrines, particulièrement la nuit ne s’accompagne d’aucun service rendu à la population.

L’article 7 de la loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets prévoit, que le RLP puisse imposer des restrictions en matière d’horaires d’extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses aux publicités lumineuses situées à l’intérieur des vitrines. Ces écrans avec des images défilantes et animées se sont multipliés dans les vitrines des magasins de la Métropole et contribuent à une dépense inutile d’énergie ainsi qu’à une pollution visuelle.

L’article 9 de la même loi prévoit la possibilité d’expérimenter une interdiction de la distribution d’imprimés papiers non adressés lorsque l’autorisation de les recevoir n’est pas expressément affichée (dispositif « oui pub » venant remplacer le dispositif « stop pub » sur les boîtes aux lettres). Actuellement un ménage reçoit 2,3kg/an de publicités, soit 15% de plus qu’en 2004. 90% de ces prospectus sont jetés sans même être regardés

## Nos préconisations :

- Interdire l'utilisation de tous les dispositifs consommant de l'énergie à des fins publicitaires ou pour les enseignes (ou, à défaut extinction des panneaux publicitaires la nuit et des enseignes après la fermeture des magasins)
- Interdiction de tout panneau numérique, y compris sur mobilier urbain
- Extinction des panneaux numériques dans la vitrine à la fermeture du magasin, limitation de la taille des panneaux numériques dans les vitrines à 50x70 cm, pas plus d'un panneau numérique par vitrine
- Apposer sur les supports publicitaires l'inscription « *Avez- vous vraiment besoin de ce produit ?* »
- Expérimenter le dispositif « oui pub » sur la boîte aux lettres des habitants de la Métropole

## 2. Assurer la protection du paysage et du cadre de vie

Les voies publiques dont les trottoirs doivent permettre la circulation sans entrave du citoyen, et ne doivent pas être le lieu de déploiement de supports publicitaires.

L'absence de restriction d'affichage de publicité sur le mobilier urbain contribue à la pollution visuelle et à la banalisation de la publicité, y compris dans le secteur de protection renforcée (secteur A) de Rouen centre où la publicité est par ailleurs interdite. A ce titre, la publicité située sur les abris bus, située au niveau du regard des usagers est particulièrement invasive. De même la multiplication des panneaux numériques dans la vitrine des commerçants, diffusant de la publicité pour leurs produits ou d'autres enseignes contribue à la banalisation des écrans.

Promouvoir le cadre de vie et l'embellir par divers aménagements, tout en permettant l'installation de dispositifs publicitaires est incohérent.

Par ailleurs, 17 communes de la Métropole font partie du Parc Régional des Boucles de la Seine Normande (PRBSN) pour lesquelles la publicité est interdite (article L 581-8-I du code de l'environnement) sauf si dérogation dans le cadre du RLP. C'est le cas actuellement des communes du Trait et de Yainville qui autorisent la publicité sur leur territoire.

La Charte du Parc mentionne que « *le territoire du Parc est soumis à une forte pression commerciale qui se traduit par des implantations de panneaux publicitaires encore mal contrôlées et concentrées majoritairement le long des axes routiers et des sites touristiques à forte fréquentation, ainsi qu'en périphérie de communes regroupant de nombreuses activités* ». Or, cette implantation publicitaire n'est pas autorisée, sauf sur les communes disposant d'un RLP.

## Nos préconisations :

- Etendre les zones de publicité interdites (y compris sur mobilier urbain) à toutes les zones de la Métropole où l'habitation est majoritaire
- Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L. 581-8-I, notamment sur l'ensemble du territoire du PRBSN
- Interdire les bâches publicitaires
- Limiter la densité du mobilier urbain à 1 par tranche de 200 mètres
- Limiter la surface du mobilier publicitaire à 2m<sup>2</sup> maximum et 50x70 cm par affiche
- Limiter la taille des enseignes murales à 2m<sup>2</sup>
- Interdire les écrans numériques dans les vitrines, et limiter le micro-affichage sur les devantures commerciales à 1/10<sup>ème</sup> de la surface de la devanture et 2m<sup>2</sup> cumulés
- La face information du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires doit être visible dans le sens principal de la circulation
- Limiter les tailles des chevalets aux normes en vigueur (1,1mx0,60m), et assurer positionnement de chevalet sur la voie publique n'entravant pas le déplacement des piétons et des PMR, comme cela est indiqué dans la « Charte des espaces publics » de la ville de Rouen
- Interdire la publicité sur les mobiliers de terrasse



Chevalet ne respectant pas les dimensions indiquées par la « Charte des espaces publics »

Chevalet respectant les normes en vigueur



### 3. Contribuer à l'attractivité et au dynamisme de la Métropole

La Métropole se caractérise notamment par un patrimoine architectural et historique, ainsi que par des vastes espaces naturels qu'il s'agit de préserver. La prolifération des publicités notamment à l'entrée de la Métropole ou sur les grands axes routiers contribue à dégrader l'image de la ville et à diminuer son attractivité. Nous rappelons que la publicité est très largement jugée agressive par le citoyen (73% des Français trouvent la publicité « envahissante » sur tous les supports et 85 % la jugent « intrusive ». *Les Français et la publicité, Sofres, 2013*)

Par ailleurs les espaces publicitaires sont très majoritairement loués à des grands annonceurs (En France, 615 entreprises sur 3100000 monopolisaient 80% de l'affichage publicitaire) au détriment des commerces et entreprises locales ; la publicité fait ainsi souvent la promotion de surfaces commerciales ou de grandes franchises le plus

souvent situées dans des zones commerciales situées en périphérie, ou dans des centres commerciaux non intégrés aux tissus urbains mixtes.

L'affichage publicitaire paraît de fait peu cohérent avec le maintien d'un centre ville dynamique, notamment dans les petites villes.

### **Nos préconisations :**

- Limitation à 2m<sup>2</sup> des dispositifs publicitaires, dans les zones autorisées
- Interdiction de dispositifs publicitaires et enseignes scellés au sol, dont l'impact sur le paysage est majeur.
- Interdire les enseignes sous forme de panneaux, d'oriflamme, de mât porte enseigne et des enseignes sur le toit des magasins
- Limitation de densité des dispositifs muraux : un dispositif mural maximum par unité foncière supérieure à 50m
- Limiter la densité du mobilier publicitaire à 1 par tranche de 200m
- Interdire hors agglomération la mise en place de périmètre et zone de publicité autorisée
- Remplacer tous les dispositifs de pré-enseignes existants par des dispositifs neutres, sur le modèle des dispositifs de signalisation d'information locale

#### **4. Assurer une vie citoyenne démocratique**

Les espaces publicitaires sont loués majoritairement aux grands groupes, au détriment des commerces locaux, n'assurant pas une égalité face à la diffusion d'informations.

L'espace public doit rester un lieu de rencontres, de déplacement, de flânerie..etc, où les habitants restent libres de visualiser et recevoir une information publicitaire, non invasive et non agressive. Il s'agira également de protéger les plus jeunes de l'agression publicitaire (comme cela été fait à la télévision en supprimant la publicité commerciale dans les programmes jeunesse de l'audiovisuel public). Le rapport sur l'impact de la publicité et des pratiques de marketing sur la jouissance des droits culturels du Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme en 2014 s'inquiète de l'évolution de l'espace public et de sa privatisation croissante, qui amène à ce qu'une poignée de sociétés qui se partagent le monopole mondial de la publicité extérieure dicte ses choix en matière d'affichage sur la place publique.

Le RLP permet de réglementer les supports publicitaires, mais pas leur contenu. La poursuite du contrat de concession de mobilier urbain avec les afficheurs (Decaux, Oxalive...) ne permet pas aux communes d'être souveraines dans le choix des publicités affichées. L'élaboration d'un nouveau RLP(i) doit s'accompagner d'une réflexion concernant les enjeux liés à la poursuite des contrats de concession avec les afficheurs, et d'une réflexion globale autour de la mobilité (en particulier le projet d'extension des vélos en libre service sur l'ensemble de la Métropole)

## Nos préconisations :

- Ne pas renouveler le contrat publicitaire de concession avec les communes ou l'intercommunalité, pour les mobiliers urbains d'informations, les abris voyageurs, les kiosques, les colonnes et mâts porte-affiches, les palissades de chantier, les dispositifs de vélo en libre service
- En cas de maintien du contrat publicitaire de concession, prévoir dans celui-ci l'instauration d'un Comité citoyen de régulation des contenus publicitaires, instance paritaire et pluraliste, regroupant citoyens, élus et afficheurs, chargée de décider des contenus publicitaires à afficher dans l'espace public
- Rendre public les contrats entre les afficheurs et les communes, ainsi que leurs différents avenants, et ce, dès le début de la concertation
- Garantir une liberté de réception en limitant la taille et la densité des dispositifs publicitaires (cf supra) et en interdisant les dispositifs numériques
- Imposer une égalité d'affichage entre la publicité des commerces locaux, des organisations associatives, de l'affichage municipal et des grandes enseignes
- Interdire toute publicité dans un rayon de 500m des lieux accueillant des enfants ou des personnes vulnérables
- Dans l'attente de leur démantèlement, utilisation des panneaux publicitaires existant pour des contenus à visée d'éducation populaire au service de l'urgence écologique, déterminés en concertation avec la population

## 5. Faire respecter la loi sur le paysage

Il existe une difficulté à faire respecter la réglementation, notamment faute de moyens humains pour contrôler les implantations de panneaux. Certaines vitrines ne sont pas éteintes selon les modalités prévues par la loi, certains panneaux sont illégaux. C'est à la mairie de faire appliquer la législation, dans le cas où la commune est dotée d'un RLP(i).

## Nos préconisations :

- Formation et emploi de fonctionnaires pour faire respecter la réglementation en vigueur
- Suppression de toute publicité extérieure dans le Parc Naturel Régional des Boucles de la Seine Normande, comme cela est prévu par la loi
- Faire respecter le RLPi et mettre en demeure les afficheurs de retirer les affichages illégaux

## **6. Protéger la collectivité de nouvelles formes de publicités**

De nouvelles formes de publicité pourraient apparaître dans les prochaines années. La collectivité doit se prémunir contre de tels dispositifs.

### **Nos préconisations :**

- Interdire toute forme de publicités non explicitement citées dans le règlement
- Réglementer tous les dispositifs soumis à autorisation préalable du maire

## **Annexe : Localisation des panneaux numériques (liste non exhaustive) dans la Métropole**

### **Bois Guillaume :**

- 300 rue de la République,
- 1713 route de Neufchatel, au carrefour de la rue Couronnée

### **Boos :**

- à l'intersection de la route de Paris et de la D91
- sur la D 6014, près de l'aéroport, devant le magasin « Tradivins »

### **Canteleu :**

- à l'entrée du centre Leclerc, 40 rue du Canal

### **Franqueville Saint Pierre :**

- pré enseigne numérique devant le magasin super U, 801 route de Paris

### **Grand Quevilly**

- sur le terrain du garage Citroën, en regard de la rue Gay Lussac

### **Maromme :**

- sur le mur de la pizza Dominos, 138 rue des Martyrs

### **Mesnil Esnard :**

- 178 route de Paris

### **Mont-Saint -Aignan :**

- sur le terrain du Greta, 40 avenue du Mont-aux-Malades
- sur la façade du bar « le Saint Maur » au 116 Rue Saint-Maur. Ce panneau est illégal, puis qu'implanté sur un mur non aveugle

### **Petit Quevilly :**

- sur le terrain du Buffalo Grill, au 88 Boulevard du 11 Novembre. Ce panneau semble illégal puisque le RLP de Petit Quevilly interdit dans cette zone (ZPR2) les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ainsi que les enseignes numériques (excepté pour les services d'urgence).

### **Rouen**

- 22 route de Lyons
- route de Neufchâtel

### **Saint Pierre les Elbeuf :**

- sur le terrain du Buffalo Grill, route de Pont de l'Arche. Ce panneau semble illégal puisque les publicités lumineuses sont interdites sur l'ensemble des zones de la ville (Titre III article 6 du RLP)

### **Saint Etienne du Rouvray :**

- sur le terrain de « Food Station 76 » 74, rue Paul Bert

### **Notteville les Rouen :**

- sur le terrain de Regis Loc, 33 boulevard industriel
- sur le boulevard industriel après l'intersection avec la rue d'Euilet
- au 60 rue Pierre Corneille