

NÎMES La publicité dans le viseur de la Ville ?

Anthony Maurin

La publicité est de plus en plus agressive et parfois nocive au bien vivre. Sa réglementation est nécessaire, Nîmes fait le tour de la question et a proposé une concertation qui a pris fin. Une enquête publique sera ouverte en mars. 300 supports, soit 36 % des supports actuels, vont être supprimés.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'adapter aux spécificités locales la réglementation nationale régissant toute installation de publicité, d'enseigne ou de pré-enseigne.

La loi Grenelle II ainsi qu'un décret en date du 30 janvier 2012, ont profondément modifié la réglementation en matière d'enseignes et d'affichages publicitaires. Avant qu'il ne devienne caduc, la Ville doit réviser avant le 13 janvier 2021 le Règlement Local de Publicité en vigueur. Le Règlement Local de Publicité est un document qui régit la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrées de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet à ce titre de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspect, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'entre elles.

Le règlement local de publicité concerne trois types de dispositifs. L'enseigne, qui correspond à toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Elle peut également être apposée sur le terrain où celle-ci s'exerce. La pré-enseigne, qui correspond à toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée. Enfin, il y a aussi la célèbre publicité, qui correspond à toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, à l'exception des enseignes et pré-enseignes.



En 2020, Alès a été "primée" pour son "fleurissement publicitaire", Nîmes veut éviter cet écueil mais le maire n'imagine pas une ville sans pub, cela sera trop triste selon Jean-Paul Fournier lui-même(DR / [Paysages de France](#)).

Déjà revu et corrigé en 2018, le RLP en vigueur avait pour objectif de poursuivre la préservation du cadre de vie mis en place par le règlement actuel tout en autorisant de façon raisonnée les nouvelles formes de publicité légalisées par la loi Grenelle II comme le micro-affichage publicitaire sur les devantures commerciales, les dispositifs numériques, les bâches, la vitrophanie et revoir la réglementation des enseignes au regard des nouvelles dispositions introduites par la loi. Autre élément important, le RLP devait aussi conforter la protection du Site Patrimonial Remarquable et sa future extension tout en y maintenant quelques formes de publicité, notamment celles apposées sur le mobilier urbain.

Assurer la qualité visuelle et paysagère des principales entrées de ville (route d'Arles, route d'Uzès, route d'Alès, route de Montpellier, etc...), limiter la pollution visuelle des dispositifs publicitaires en réglementant leur quantité et leurs modalités d'implantation ainsi que, pour finir, assurer une meilleure intégration des enseignes sur leur support et leur environnement étaient aussi des volontés de l'époque.

À Nîmes, l'état des lieux du territoire et la mise en évidence de ses enjeux dans le cadre du diagnostic ont permis de faire émerger plusieurs secteurs présentant chacun des caractéristiques spécifiques. Ces secteurs font l'objet de zones de publicité (ZP), pour lesquelles des règles particulières ont été définies afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

Ainsi, sept zones de publicité sont définies. Le centre historique de Nîmes, les Quais de la Fontaine, les Jardins de la Fontaine, les abords immédiats de la Maison Carrée, voilà pour la première. Les espaces protégés aux abords du centre historique ainsi que l'avenue Jean Jaurès sont une autre zone. Tout comme les quartiers limitrophes au centre-ville, les entrées de ville secondaires, les entrées de ville et traversées urbaines principales, les zones économiques du territoire et enfin les zones résidentielles et tissus urbains mixtes.

Commentaire sur le site :

« Concertation » est un bien grand mot pour désigner le processus qui s'est déroulé au mois de septembre avec un certain nombre de réunions. On pourrait parler plus justement d'un processus d'information des différents acteurs (associations, personnes publiques) par la Mairie et le cabinet Even Conseil, qu'elle a missionné dans le cadre de ce renouvellement de RLP. Il faut noter qu'aucune des remarques faites par ces différents acteurs n'a été prise en compte par le cabinet en question dans la rédaction du RLP, ce qui est quand même un tour de force.

La protection du Site Patrimonial Remarquable a déjà été largement entamée, dans le cadre du RLP précédent (mis en place en 2005) par l'essaimage de nombreux dispositifs publicitaires connectés (« totems ») dans des zones où aucune publicité n'était tolérée par le RLP en question (avenue Feuchères, esplanade, boulevards autour de l'Ecusson, avenue Jean Jaurès : toutes ces avenues faisaient partie de la zone 1a, dans laquelle aucune publicité n'était tolérée) Le nouveau RLP que propose la Mairie aggrave cette situation, en faisant en sorte que tous les dispositifs mentionnés ci-dessus soient inclus dans une zone (Z2) qui autorise ce genre de dispositif publicitaire : en quelque sorte une façon de « légaliser » des dispositifs publicitaires illégaux. D'autres zones et types de publicité ont été abondamment étudiés par l'association Paysages de France qui a mis en évidence un grand nombre d'anomalies dans les supports publicitaires existants et a fait de nombreuses suggestions pour le futur découpage en zones. Un dernier point qui n'a pas été résolu est le problème des sanctions éventuelles contre les contrevenants au RLP. Seule la Direction du Commerce est apparemment compétente pour la mise en place du RLP, mais jusqu'ici elle n'a pas fait preuve d'une très grande efficacité pour faire respecter ce règlement. Il est peu probable que l'actuelle adjointe au commerce, par ailleurs déléguée générale de l'UPE30, se montre plus réactive dans le futur.