

**2017 DU 244** Révision du règlement local de la publicité : objectifs et modalités de la concertation**PROJET DE DELIBERATION****EXPOSE DES MOTIFS**

Mes chers collègues,

Le présent projet de délibération que je vous propose d'adopter porte sur le principe de la révision du règlement local de publicité applicable à Paris, les objectifs poursuivis par cette procédure et les modalités de la concertation nécessaire.

I – Contexte.

La place de la publicité dite « extérieure », c'est-à-dire visible de toute voie ouverte à la circulation publique, est un sujet qui doit répondre aux préoccupations en matière de paysage urbain et de préservation du cadre de vie. C'est pourquoi il est indispensable qu'elle soit contrôlée par des dispositions efficaces pour la préservation de notre environnement mais aussi pertinentes pour ne pas nuire à la diffusion de l'information qu'elle porte.

Au sens de la loi, constitue une publicité, à l'exclusion des enseignes et des préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou attirer son attention. Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images sont assimilables à des publicités.

Le dispositif qui la régit aujourd'hui à Paris est issu de la loi de 1979, relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, qui a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000, au code de l'environnement.

Cette loi de 1979 s'inscrivait dans une longue filiation :

- les lois du 27 janvier 1902 qui ont permis aux maires et préfets d'interdire l'affichage sur les monuments et édifices à caractère artistique ;
- la loi du 20 avril 1910 qui a interdit tout affichage sur les monuments et sites classés et a permis aux préfets de délimiter autour de ceux-ci une zone où l'affichage pouvait être interdit ;
- la loi de 1924 qui a interdit les « panneaux réclame » dans les stations thermales et touristiques pour aboutir à la promulgation de la loi du 12 avril 1943 qui se fixait pour objectif de concilier liberté de l'affichage et considérations esthétiques.

Au-delà des sites et monuments, protégés par principe, cette loi permettait aux préfets de fixer des règles locales. La loi de 1979 en a été l'héritière.

Or, un nouveau dispositif national relatif à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes nous permet maintenant d'imaginer les nouveaux rapports que la publicité peut et doit désormais entretenir avec le paysage urbain, dans un plus grand respect de notre patrimoine.

Il s'inscrit pour partie dans le code de l'environnement tel qu'il résulte de la loi n°2010-790 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (ENE), dite Grenelle 2, puis les décrets d'application, publiés au début de l'année 2012, et dans celui du code du patrimoine, notamment la partie issue de la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ainsi que de son décret d'application.

La loi ENE a, en effet, modifié certains éléments relatifs au contenu des règlements locaux de publicité (RLP), ainsi que la procédure d'élaboration de ceux-ci, désormais calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme. Le législateur avait alors toutefois prévu que les règlements locaux dont la modification avait été engagée, pouvaient être conduits à leur terme selon l'ancienne procédure, dès lors que leur approbation intervenait dans un délai d'un an à compter de la publication de la loi. C'est cette faculté qui avait été mobilisée pour poursuivre et achever la procédure d'élaboration du RLP en vigueur et initiée en Conseil de Paris, en avril 2003, en demandant à M. le Préfet de Paris de constituer un groupe de travail chargé d'élaborer alors un nouveau règlement.

Dans ce cadre, la délibération que pouvait alors prendre votre assemblée ne laissait aucune alternative autre que celle d'approuver ou ne pas approuver le nouveau règlement issu d'un débat au sein du groupe de travail constitué par le représentant de l'État.

Cette procédure d'élaboration n'est plus possible. L'article L.581-14-1 du code de l'environnement dispose désormais que le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme.

II – Procédure.

En conséquence, l'élaboration du règlement parisien de publicité et des enseignes est décidée par délibération du Conseil de Paris, fixant les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation. La présente délibération s'inscrit donc dans ce cadre en proposant à votre assemblée de bien vouloir prescrire la révision du règlement parisien de la publicité des enseignes et préenseignes qui s'avère la procédure la mieux adaptée à la prise en compte des évolutions, principalement réglementaires, qui rendent nécessaire l'élaboration d'un nouveau RLP.

Conformément aux dispositions législatives, la procédure que je vous propose d'adopter prévoit le recueil de l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité et d'enseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement sera arrêté après avoir été examiné par votre assemblée et sera soumis pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de sites.

Le nouveau règlement parisien de la publicité, des enseignes et préenseignes sera ensuite approuvé par votre assemblée et sera annexé au plan local d'urbanisme.

Cela implique le respect des étapes suivantes :

1. Prescription de la révision, par délibération du Conseil de Paris, fixant les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation ;
2. Concertation avec la population, les représentants des organisations professionnelles des afficheurs et des enseignants ainsi qu'avec les associations de préservation du cadre de vie, des droits des femmes et de lutte contre les discriminations ; information des personnes publiques associées au projet en application des dispositions du code de l'urbanisme (CCIP, chambre des métiers et de l'artisanat, etc.) ;
3. Bilan de la concertation et arrêt du projet par délibération, ensuite soumis pour avis à la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites, ainsi qu'aux personnes publiques associées et à celles mentionnées à l'article L. 153-17 du code de l'urbanisme si elles en font la demande ;
4. Enquête publique ;
5. Approbation définitive par délibération du Conseil de Paris.

Sur la base de cette procédure, le calendrier proposé est le suivant :

- prescription de l'élaboration par délibération du Conseil de Paris : novembre 2017 ;
- réunions de concertation et recueil des contributions ; élaboration du projet de RLP, en parallèle : fin novembre 2017 à mai 2018 ;
- bilan de la concertation et arrêt du projet : juillet 2018 ;
- saisine prévisionnelle de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites : été 2018 ;
- saisine des personnes publiques associées et celles mentionnées à l'article L. 153-17 du code de l'urbanisme à leur demande : fin octobre 2018 (elles rendront leur avis au plus tard fin janvier 2019) ;
- enquête publique ; remise du rapport d'enquête publique : mars à mai 2019 ;
- approbation du RLP - troisième délibération - : juillet 2019 ;
- publication du RLP, entrée en vigueur : automne 2019.

III - Objectifs poursuivis.

A. Prendre en compte le nouveau cadre législatif.

Le premier des objectifs sera de disposer d'un RLP qui bénéficiera des évolutions législatives encadrant désormais son contenu.

Il sera établi selon les dispositions de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement renvoyant au code de l'urbanisme pour encadrer sa procédure d'élaboration, désormais identique à celle de la révision/élaboration d'un PLU. À cet effet, les modalités de la mise en conformité avec les règles nationales en matière de densité des supports muraux ou scellés au sol devront être précisées. Les conditions de financement des travaux extérieurs des immeubles protégés au titre des Monuments Historiques par la présence de publicité disposée sur les bâches devront également être examinées. De la même manière, les conditions de mise en place de la publicité de petit format sur les devantures commerciales devront être définies tout comme celles relatives à la publicité de grand format sur les équipements sportifs disposant d'une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises.

Son contenu sera précisé selon le nouveau cadre offert par le code de l'environnement ayant intégré les dispositions de la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (régime d'interdiction, nouvelle terminologie...).

Il sera organisé suivant un plan composé de trois parties : la publicité, les préenseignes et les enseignes.

B – Intégrer les nouvelles technologies.

La maîtrise de la publicité dans l'espace public doit pouvoir prendre en considération aussi bien les aspects relatifs à la préservation du paysage urbain que ceux favorisant le dynamisme de l'économie et de l'emploi.

La possibilité d'introduire les technologies les mieux adaptées, comme les écrans numériques, pour permettre la diffusion de messages d'information, quelle qu'en soit la nature, devra donc être examinée sous cette double préoccupation de qualité du paysage et d'efficacité économique. Elle devra être aussi examinée sous l'angle de la contribution de ces technologies à la réalisation des objectifs du plan climat air énergie territorial, compte tenu de l'importance des déplacements en véhicules à moteur qui pourraient être économisés grâce à la télégestion que la mise en œuvre de ce type de procédé permet.

C – Autres éléments

- Zonage

Si le règlement en vigueur doit à l'évidence évoluer pour être adapté non seulement aux nouvelles dispositions législatives et réglementaires, mais aussi aux évolutions technologiques dès lors qu'elles sont au service des objectifs de développement durable de la ville de Paris, il demeure encore d'actualité pour un certain nombre de ses aspects. En particulier, le bénéfice du travail d'analyse et de structuration du règlement fait à l'occasion de son élaboration lors de la précédente mandature mérite à l'évidence d'être conservé. Ainsi, les délimitations du plan de zonage sur l'ensemble du territoire parisien avaient été finement adaptées aux caractéristiques spécifiques - commerciales, touristiques ou résidentielles - de chaque quartier.

Cette organisation du zonage du plan de publicité qui structure la zone de publicité restreinte conserve toute son actualité.

Le zonage peut être considéré comme un des paramètres forts du règlement. Je vous propose de maintenir ce zonage pour garantir à cet égard un cadre stable et clair permettant d'apprécier les effets d'une variation d'autres paramètres du règlement. Cela n'interdira pas éventuellement de préciser l'écriture de certaines règles dans le nouveau cadre législatif applicable.

- Pré-enseignes

Définies au titre III du règlement de la publicité et des enseignes, les règles spécifiques applicables aux pré-enseignes qu'elles soient installées sur les bâtiments ou sur le domaine public, sont claires et ne posent pas de difficultés particulières d'application.

C'est pourquoi, sous réserve du diagnostic désormais indispensable en application de la loi ENE qui permettra d'approfondir la réflexion, je vous propose de ne pas faire de l'évolution de ce régime un objectif de la révision du RLP, ce qui n'interdira pas éventuellement de préciser l'écriture de certaines règles dans le nouveau cadre législatif applicable.

- Enseignes

Constitue une enseigne, au sens du code de l'environnement, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce (art. L. 581-3 du code de l'environnement). Le titre IV du règlement local de la publicité, des enseignes et préenseignes encadre les dispositions qui réglementent leur installation.

Comme celles qui encadrent le régime spécifique des préenseignes, les règles applicables aux enseignes sont claires et ne posent pas de difficultés particulières d'application.

C'est pourquoi, comme il vous l'a été proposé s'agissant des préenseignes, et sous réserve des conclusions du diagnostic préalable désormais nécessaire, il n'est pas envisagé de faire de l'évolution de la partie du règlement relatif aux enseignes un objectif de la révision du RLP. Cela n'interdira pas éventuellement, là aussi, de préciser, le cas échéant, l'écriture de certaines règles dans le nouveau cadre législatif applicable.

En résumé, les trois objectifs que je vous propose de poursuivre lors de la révision du règlement de la publicité, des enseignes et préenseignes à Paris sont les suivants :

1. Prendre en compte les évolutions législatives intervenues depuis l'engagement de la révision du règlement actuellement en vigueur, et notamment la loi n°2010-790 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ainsi que la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine. À cet effet, il s'agira de définir :
 - les modalités de la mise en conformité avec les règles nationales en matière de densité des supports muraux ou scellés au sol ;
 - les conditions de financement des travaux extérieurs des immeubles protégés au titre des Monuments Historiques par la présence de publicité disposée sur les bâches ;
 - les conditions de mise en place de la publicité de petit format sur les devantures commerciales ;
 - les conditions de mise en place de la publicité de grand format sur les équipements sportifs disposant d'une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places assises.
2. Initier l'introduction de technologies nouvelles, comme les écrans numériques, dans l'espace public sur la base d'une évaluation de leurs contributions à la réalisation des objectifs du Plan Climat Air Énergie Territorial ;
3. Préciser et simplifier, quand cela s'avérera utile et possible, l'écriture de certaines dispositions.

D – Respect de la décision du Conseil de Paris de mars 2017

Afin de respecter l'engagement pris, le règlement local de publicité devra respecter la clause établie en Conseil de Paris de mars 2017 à savoir que « le concessionnaire veille à éviter toute publicité qui utilise des stéréotypes sexistes, lesbophobes, homophobes et des représentations dégradantes, dévalorisantes, déshumanisantes et vexatoires des femmes et des hommes et des rapports entre eux. De même, le concessionnaire veille à éviter toute publicité cautionnant toute forme de discrimination fondée sur l'origine ethnique, l'origine nationale, la religion, le sexe ou l'âge ou portant atteinte à la dignité humaine.

IV - Modalités de la concertation.

Les présentations devant votre assemblée du projet de règlement, une première fois pour l'arrêter avant que l'enquête publique ne puisse se tenir, une seconde fois pour l'approuver, constituent deux étapes-clés. Au-delà, et ainsi qu'en dispose le code de l'environnement, il apparaît nécessaire d'associer les Parisiens et, plus largement, l'ensemble des populations intéressées à cette procédure. Les avis de toute personne, organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité et d'enseignes, d'environnement, de droits des femmes, de lutte contre les discriminations, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacement pourront être recueillis.

À cet effet, les modalités de la concertation que je vous propose d'approuver constituent un cadre minimum obligatoire qui comprendra :

- la mise en place d'un site internet dédié (registre en ligne), à la fois informatif et collaboratif, où les diverses contributions pourront être déposées ;
- la tenue d'une réunion d'information avec l'ensemble du public ;
- la tenue d'une réunion d'information et d'échanges avec l'ensemble des partenaires et professionnels concernés ;
- la tenue d'une réunion de restitution présentant le projet élaboré en concertation. Cette réunion interviendra avant l'arrêt du projet de RLP.

Je vous propose donc de bien vouloir prescrire la révision du règlement local de la publicité, des enseignes et préenseignes à Paris, d'approuver les objectifs poursuivis et les modalités de concertation envisagés.

Je vous prie, Mesdames, Messieurs de bien vouloir en délibérer.

La Maire de Paris