



MULHOUSE ALSACE
AGGLOMÉRATION

PÔLE ATTRACTIVITE ET AMENAGEMENT

Direction Urbanisme, Aménagements et Habitat
Urbanisme prévisionnel - planification

532 – ER

**Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)
Réunion publique du 6 juillet au Parc des expositions de Mulhouse
Compte-rendu**

24 personnes se sont rendues à la réunion publique.

Représentants de Mulhouse Alsace Agglomération :

- Rémy Neumann, Vice-Président délégué à l'urbanisme prévisionnel,
- Benoit Loos, Directeur du pôle urbanisme, aménagement et habitat
- Emmanuel Risser, chargé d'étude au service urbanisme prévisionnel
- Christelle Barlier, chargée d'étude urbanisme – planification à l'Agence d'Urbanisme de la Région Mulhousienne (AURM).

Rémy Neumann ouvre la réunion.

Emmanuel Risser et Christelle Barlier présentent les grandes lignes du projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de l'agglomération mulhousienne.

Rémy Neumann propose aux participants de réagir à la présentation.

Alistair Crucifix, membre de l'association Résistance à l'Agression Publicitaire du Haut-Rhin (RAP 68)

A Mulhouse, le RAP 68 est né en 2019, lorsque la Ville de Mulhouse a installé une vingtaine de panneaux publicitaires numériques sur le domaine public. L'association a été à l'initiative d'une pétition qui demande une diminution de l'exposition des habitants à la publicité extérieure. Cette pétition a réuni 1200 signatures.

Initialement, le projet de RLPi prévoyait la suppression totale des dispositifs numériques de 8 m², or, dans le projet actuel, il est possible d'en installer sur la moitié du territoire de l'agglomération.

Le RAP demande l'interdiction totale de la publicité numérique sur l'agglomération et l'engagement des collectivités de ne pas installer de nouveaux dispositifs numériques.

En effet, les publicités numériques sont nuisibles, elles favorisent la surconsommation, elles sont fortement consommatrices d'énergies, elles favorisent davantage les grands groupes, plutôt que les entreprises locales.

Emmanuel Risser

Dans le projet de RLPi, les grands panneaux numériques ne seraient autorisés que dans les zones commerciales, alors qu'aujourd'hui, tous les dispositifs de 8 à 12 m² peuvent potentiellement être remplacés par des panneaux numériques.

Benoit Loos

Oui, les 8 m² numériques ne seront autorisés qu'en zones commerciales, ce qui ne correspond de loin pas à la moitié de l'agglomération.

Christelle Barlier

Oui, seules les zones de Wittenheim-Kingersheim, d'Illzach et de Cora-Dornach pourront accueillir de grands panneaux numériques. La zone commerciale implantée sur le territoire de la commune de Morschwiller serait classée en zone mixte. Les dispositifs numériques y seraient ainsi interdits.

Rémy Neumann

Morschwiller est la seule commune de l'agglomération qui a récemment approuvé un nouveau RLP. Le dispositif installé à l'entrée de la zone commerciale de Morschwiller est devenu non conforme et devra être déposé dans un délai de 2 ans. Par ailleurs, les 2 m² numériques sont uniquement implantés sur le territoire de la Ville de Mulhouse.

Benoit Loos

A Mulhouse, la publicité numérique est installée sur du mobilier urbain qui diffuse 50% d'information municipale. Mme le Maire de Mulhouse a saisi l'opportunité de pouvoir transmettre de l'information à ses concitoyens. Il y a une volonté de la ville de conserver ces dispositifs.

Un participant

Il est cependant possible d'installer des panneaux d'information municipale sans publicité, à l'image de ce qui a été fait à Lutterbach. Le mélange entre publicité et information apporte une confusion sur la nature de l'information qui est délivrée.

Rémy Neumann

A ce propos, les panneaux qui ne comportent que de l'information municipale n'entrent pas dans le champ d'application du RLPi. Mais la collectivité doit les financer. Au contraire, lorsque le mobilier urbain supporte de la publicité, l'installation et l'entretien des dispositifs sont pris en charge par l'afficheur.

Gilles Arnold, Paysage de France

Comprenant 7 zones différentes, le projet de règlement présenté est particulièrement complexe.

Dans votre diaporama, vous montrez un article paru dans l'Alsace qui présente des photos de mulhousiens exposées sur le mobilier urbain Decaux à Mulhouse. Les publicitaires se servent de ces gens pour faire croire que les panneaux publicitaires servent également à diffuser de l'art et de la culture. En réalité, la seule véritable

« culture » diffusée par les publicitaires, c'est par exemple ce que nous avons pu voir la semaine dernière dans des pub pour netflix qui montraient des bébés monstrueux dans des couveuses. Cette « exposition photos » n'est que du greenwashing. Decaux est un spécialiste du genre : il diffuse toute l'année de la publicité pour des voitures polluantes mais mettent à disposition des vélos pour tenter de se dédouaner.

J'ai eu récemment l'occasion de photographier un panneau déroulant dont une affiche faisait la promotion du plan climat et l'autre présentait une grosse voiture polluante. Une voiture que peu de mulhousiens pourront se payer, ce qui génère des frustrations dans la population. La publicité transmet des messages qui sont nocifs. Pour quels bénéfices ? De nos jours, 17% de la population française est obèse. Il y a deux mois, j'ai pris en photo les dispositifs implantés sur une station de tram : il y avait côte-à-côte une affiche montrant des frites, une autre de la bière, et une troisième un hamburger. L'Etat finance chaque année des campagnes de communication destinées à promouvoir une alimentation saine. A côté de cela, les élus permettent la diffusion de messages qui promeuvent la malbouffe.

Pour toutes ces raisons, il est aujourd'hui impératif de réduire drastiquement la publicité extérieure.

Rémy Neumann

Mulhouse Alsace Agglomération a consulté tous les maires afin de connaître leur position sur le sujet. En effet, les maires sont directement élus par la population, c'est pourquoi il nous a semblé important de tenir compte de leur avis.

Certains ont souhaité supprimer la publicité de leur banc communal, d'autres ont préféré la conserver, pour des raisons diverses, notamment d'équilibre budgétaire.

Mais dans tous les cas, aucune commune ne souhaite augmenter le nombre de dispositifs publicitaires. Nos simulations montrent que l'application des nouvelles règles réduira de moitié le nombre de 8 - 12 m², c'est-à-dire ceux qui ont le plus d'impact sur nos paysages.

Notre rôle, au sein de l'agglomération, c'est d'assurer la cohérence de la réglementation à l'échelle du territoire de l'agglomération. Mais c'est aussi de permettre à chaque maire d'appliquer le programme pour lequel il a été élu par les électeurs de sa commune.

Par ailleurs, si le code de l'environnement nous permet d'adopter une réglementation plus restrictive que la réglementation nationale, il ne permet pas d'interdire la publicité.

La proposition que nous avons faite aux élus permettra une réelle réduction de la publicité et les professionnels de l'affichage nous le reproche d'ailleurs.

Gilles Arnold

Les afficheurs pensent certainement que la réglementation est trop restrictive mais la grande majorité de la population est opposée à la publicité. La publicité crée des besoins inutiles.

La réunion de ce soir a-t-elle été annoncée dans le journal ?

Emmanuel Risser

Oui, deux annonces sont parues dans l'Alsace à ce sujet.

Une participante

Mais il n'y a pas eu d'annonce sur les panneaux numériques !

Gilles Arnold, Paysages de France

Comme la publicité extérieure est liée à de la communication municipale ou à Vélocité, il n'est plus possible de supprimer la publicité sans renoncer à ces services.

Emmanuel Risser

Si Mulhouse Alsace Agglomération décidait d'interdire toute publicité sur son territoire, les afficheurs porteraient l'affaire au tribunal administratif et obtiendraient gain de cause.

Anais Schlienger, RAP 68

En tant que membre du RAP 68, cela fait deux ans que nous portons nos revendications auprès des élus et je n'ai pas l'impression qu'elles aient été prises en compte, tant le projet que vous présentez ce soir est peu restrictif.

Par ailleurs, vous avez expliqué tout à l'heure que l'avis de chaque commune a été pris en compte dans l'élaboration du règlement. Mais alors pourquoi élaborer un document intercommunal si c'est pour définir un règlement « à la carte » ?

Comme l'a dit notre collègue de Paysage de France, ce règlement est très complexe et comprend une multiplicité de zonages. Nous ne comprenons pas pourquoi, telle ou telle zone devrait accueillir plus ou moins de publicités. Pourquoi en pas appliquer la même règle à l'ensemble du territoire de l'agglomération ?

Concernant les lieux où la publicité est interdite, je vous suggère d'interdire également la publicité autour des écoles, car les enfants sont d'autant plus fragiles, face à la publicité. Ça a été fait dans d'autres RLPi. A Mulhouse, par exemple, il y a un grand panneau installé à moins de 100 m du collège Kennedy.

Pourquoi la publicité serait-elle autorisée sur les bâches de chantiers ?

Pourquoi l'interdistance entre deux dispositifs est-elle de 100 mètres et pas plus ?

Pourquoi autoriser davantage la publicité dans les zones commerciales ?

Pourquoi la publicité doit être éteinte à 23h et pas plus tôt ? Il me semble que les publicités lumineuses devraient être éteintes lorsque les commerces ferment. Une partie de la faune souffre déjà de la pollution lumineuse. La publicité vient s'ajouter aux nuisances existantes, mais sans apporter de service à la population.

La publicité numérique est plus nuisible que les autres publicités. Elle est plus énergivore et plus agressive. Souvent implantée à proximité des feux rouges, il est impossible de l'éviter. De plus, le mobilier urbain, qui mélange informations municipales et de publicités, est particulièrement néfaste. Pour moi, l'espace public ne devrait pas être utilisé pour promouvoir les intérêts des multinationales.

Un participant

Pourquoi les collectivités ont-elles besoin de l'argent de la publicité ? Sans les ressources issues de la publicité, les collectivités devraient augmenter les impôts. Il ne faut pas l'oublier.

Rémy Neumman

En réponse à Mme Schlienger, je souhaite préciser que la diversité de la réglementation proposée reflète la diversité des territoires de l'agglomération. Certaines communes disposent de grands pôles commerciaux tandis que d'autres ont une fonction essentiellement résidentielle. Il n'est donc pas souhaitable d'appliquer la même règle partout.

Par ailleurs, les communes ont mis beaucoup de temps à se réunir pour former l'agglomération que nous connaissons aujourd'hui. C'est pourquoi, il est important pour m2a que l'avis de chaque maire soit entendu et pris en compte.

Comme le disait la personne qui est intervenue juste avant moi, il ne faut pas non plus oublier que la publicité constitue une source de revenu non négligeable pour certaines communes, comme pour l'agglomération. Elle participe notamment au financement du réseau de transport en commun de l'agglomération.

Quoi qu'il en soit, il me semble important de rappeler que le projet de règlement entrainera une forte diminution du nombre de dispositifs publicitaires.

Néanmoins, parmi vos propositions, je retiens une idée que je propose de soumettre à mes collègues. Il s'agit de l'interdiction de la publicité au abords des écoles. Nous allons étudier cette possibilité.

Concernant la dépose des dispositifs qui deviendraient non conformes, c'est à chaque maire de s'en charger sur le territoire de sa commune. Nous allons les accompagner dans ce processus. Pour mémoire, les afficheurs devront enlever les panneaux non conformes dans un délai de deux ans après l'approbation du RLPi par le conseil d'agglomération. Si, au bout de 2 ans, les dispositifs sont toujours en place, les maires interviendront. Je tiens également à souligner qu'au cas où la nouvelle réglementation ne serait pas appliquée, tout citoyen peut se retourner contre son maire.

J'ai bien compris que vous souhaitez la quasi disparition de la publicité sur le territoire de l'agglomération. Nous proposons de faire un pas dans cette direction et cherchons une voie médiane qui entrainera une réduction conséquente de la publicité extérieure, à l'échelle du territoire de l'agglomération mulhousienne.

Evelyne, citoyenne mulhousienne

Ce qui m'exaspère le plus, lorsque je me promène dans l'agglomération, c'est de voir tant publicités en faveur d'aliments mauvais pour la santé ou pour de grosses voitures polluantes. Qui opère les choix concernant le contenu des publicités ?

Rémy Neumann

On peut partager ce que vous dite mais nous n'avons pas le pouvoir de contrôler le contenu des affiches. A partir du moment où la loi est respectée, l'afficheur est libre de choisir les publicités qu'il souhaite mettre sur ses panneaux.

Evelyne

Des études ont-elles été réalisées sur l'impact électro-magnétique des dispositifs numériques ? Je vous invite à faire des recherches sur ce sujet.

Christelle Barlier

Pour information, les RLP de Rixheim et de Wittenheim interdisent la publicité autour des écoles, hors mobilier urbain. Ces communes ont souhaité conserver cette règle. Nous pouvons étudier l'élargissement de cette mesure à l'ensemble de l'agglomération.

Concernant le contenu, les RLP ne peuvent pas le réglementer mais il existe des lois qui limitent le contenu des publicités. Actuellement, le projet de loi « résilience et climat » prévoit de réduire la promotion de produits ayant un impact sur le climat.

Medhi Ben Abdallah

La publicité est manifestement néfaste pour le pouvoir d'achat des ménages, pour le climat, mais également pour l'attractivité de l'agglomération mulhousienne. Si les collectivités ont le pouvoir de supprimer la publicité sur leurs territoires, pourquoi n'organisent-elles pas une consultation citoyenne sur ce sujet ?

Martin, habitant de Morschwiller-le-bas

Merci pour les petits pas qui sont réalisés dans le cadre de ce projet de réglementation.

J'ai trois questions :

- Si l'on peut supprimer la publicité autour des écoles, pourquoi ne pas la supprimer également sur les abris bus ?
- Concernant les enseignes numériques qui devront être fixes, s'agit-il bien du contenu, qui devra être fixe ? *A ce sujet, Benoit Loos confirme que c'est l'affichage qui devra être fixe.*
- Au cours de la présentation, vous avez mentionné que les dispositifs doivent être, si possible, être alimentés par des panneaux photovoltaïques. Peut-on supprimer la mention « si possible » ?

Rémy Neumann

La mention « si possible » a été choisie car, notamment dans le cas de dispositifs de 2 m², les panneaux photovoltaïques nuisent à la qualité des paysages car cela agrandi la taille des dispositifs publicitaires. Les services de l'Etat, notamment, nous ont alertés sur ce point. Le « si possible » est donc une solution de compromis qui vise à favoriser l'usage de panneaux photovoltaïques, tout en ne le rendant pas obligatoire.

Les technologies évoluent et l'application du RLPi est prévue sur une longue période. Si la taille des panneaux photovoltaïque diminue, leur utilisation devra être favorisée.

Anais Schlienger, RAP 68

Pourquoi est-ce normal de dépenser de l'énergie pour de la publicité ?

Benoit Loos

Parce que selon le droit actuellement en vigueur, interdire la publicité revient à violer le droit à la liberté d'expression.

Cécile Germain-Ecuier, militante au RAP et conseillère régionale écologiste

Vous parlez de compromis entre les attentes de différents acteurs, mais l'urgence climatique, sociale et sanitaire, c'est maintenant ! Je rappelle que ces derniers jours, la température a atteint plus de 50°C à proximité de Vancouver, à l'ouest du Canada. Pour ceux qui ont moins de 40 ans aujourd'hui, cette technique des petits pas fait un peu peur lorsque l'on imagine les conséquences du réchauffement climatique et de la chute de la biodiversité.

Par ailleurs, on constate aujourd'hui une forte abstention des électeurs. Pourtant, on continue de dévaloriser la parole publique en la mettant sur le même pied d'égalité que celle des professionnels de l'affichage publicitaire.

Dernièrement, j'ai été intéressée par une information municipale diffusée sur les panneaux numériques mais elle a rapidement disparue et j'ai dû subir une publicité pour TF1 pour avoir accès à cette information.

D'autre part, les panneaux numériques sont fabriqués avec des métaux rares et posent des problèmes de recyclage. Ces écrans sont-ils bien concernés par l'extinction des publicités nocturnes ? J'espère que oui.

Concernant l'a très bien dit Medi, tout à l'heure, oui, les maires ont pour eux la légitimité d'avoir été élus, mais pour pouvoir porter un projet ambitieux, il est également nécessaire de s'appuyer sur la population. Nous ne sommes pas les ennemis des élus, nous sommes là pour les aider à prendre les bonnes décisions. Et la bonne décision, pour tout le monde, c'est de réduire drastiquement la publicité, afin d'être à la hauteur des enjeux du monde d'aujourd'hui.

Enfin, comment voit-on la société ? La publicité promeut la compétition et, en même temps, édicte des normes en matière de réalisation de soi, au travers de la consommation. Le but des multinationales, ce n'est pas notre bien être à nous, mais uniquement de faire de l'argent. Il faut avoir cette pensée à l'esprit lorsqu'on définit des politiques publiques.

Concernant la liberté d'expression, j'ai l'impression d'être dans un mauvais film de science fiction : la liberté d'expression ne peut être confondue avec la publicité.

Jean-Philippe Bouillé, maire-adjoint à la Ville de Mulhouse

J'entends votre colère et je la comprends. Bien sûr qu'il y a urgence et que l'on ne va pas assez vite. Comme l'a dit Rémy Neumann, sur certains sujets, il faut faire appel

aux députés ou aux sénateurs car changer les lois n'est pas dans notre pouvoir. Moi aussi, je souhaiterais que la loi résilience et climat soit plus ambitieuse. Pour qu'elle le soit, je peux écrire à mon député ou mon sénateur mais vous aussi, vous pouvez le faire.

Pour notre ville, comme pour d'autres, l'objet du débat, c'est de décider jusqu'où on va. Si la collectivité ne perçoit plus le produit des taxes sur la publicité, il faudrait compenser cette perte de recette par la création de nouvelles taxes. Ça pourrait être une proposition faite au conseil municipal de Mulhouse. Ce serait une alternative réaliste. Mais ce n'est pas le choix que nous avons fait. Avec Rémy Neumann et les services, nous avons souhaité trouver un compromis entre la situation actuelle et la suppression totale de la publicité.

Je tiens cependant à rappeler que notre proposition est bien plus restrictive que la réglementation nationale. Les afficheurs trouvent que l'on va trop loin, vous pensez le contraire. Lorsque je vois que personne n'est satisfait, je me dis que nous avons peut-être trouvé le bon compromis entre ceux qui ne veulent rien et ceux qui veulent tout. Quoi qu'il en soit, je pense que le débat doit se tenir et je vous remercie pour votre implication.

Benoit Loos

Un éclairage sur le petit pas : le petit pas entrainera une diminution de 58 % des panneaux publicitaires grands formats, à l'échelle de l'agglomération. Et c'est bien la réglementation que nous proposons qui produit ce résultat.

Par ailleurs, concernant la diversité des zones, la raison d'être du RLPi, c'est d'adapter la réglementation à la diversité des paysages de l'agglomération. Il est logique de proposer des règles différentes, en fonction de la typologie des espaces urbains.

Laurent, habitant de Mulhouse

Concernant l'impact des panneaux numériques, ces dispositifs produisent une lumière bleue qui simule une lumière d'été qui est diffusée jours et nuits. Par ailleurs, la publicité valorise bien souvent des aliments gras, sucrés ou salés qui génèrent des problèmes de santé.

Quant au bilan global des dispositifs numériques, comparé à celui des installations papier, il est clairement en défaveur du numérique.

Parler de liberté d'expression, au sujet de la publicité, c'est affligeant : on ne peut pas mettre sur le même plan l'information communale et la publicité diffusée par des multinationales.

De plus, je rappelle que les dispositifs numériques sont accidentogènes.

D'une manière générale, la publicité nuit à la qualité des paysages.

Corentin de Simone, membre du RAP

Il y a manifestement une colère, dans la salle, concernant le sujet de la publicité. J'invite tous les participants à utiliser au maximum les outils démocratiques pour faire passer leurs opinions.

Nos communes ont-elles vocation à être dépendantes de multinationales pour fonctionner financièrement ? Pour ma part, il me semble que les communes ont vocation à être financées par les impôts, en toute transparence, et pas par la publicité. Le modèle de Decaux et d'autres afficheurs, c'est de proposer des services en échange de l'installation de panneaux publicitaires, ce qui rend les collectivités dépendantes de ces sociétés.

A Mulhouse, un contrat a été signé en 2017 avec Decaux pour installer des panneaux numériques, sans aucune concertation préalable, malgré toute une série de nuisances induites par ces dispositifs : lumière bleue qui perturbe notre sommeil et la vie des insectes, éducation des enfants auxquels on demande par ailleurs de limiter le temps sur écrans, dangerosité pour les automobilistes et les piétons, promotion de produits polluants ou mauvais pour la santé, messages consuméristes et informations communales mis sur le même plan, pollution... Il faut savoir que l'extraction du minerai nécessaire à la construction d'un panneau numérique engendre 550 kg de gaz à effet de serre.

Alistair Crucifix, membre du RAP

Pour faire le point sur les revendications du RAP, nous demandons :

- Que l'interdistance de 100 mètres entre deux panneaux implantés sur les axes structurants soit augmentée,
- Que la taille des panneaux numériques soit limitée à 2 m²,
- Que la publicité soit interdite autour des écoles,
- Que la publicité soit interdite sur les bâches de chantiers,
- Que la population soit davantage consultée concernant ce sujet.

Rémy Neumann

Pour vous donner quelques réponses, suite à vos interventions :

- Nous allons réfléchir aux moyens d'interdire la publicité aux abords des établissements scolaires,
- Nous allons revoir la rédaction de la réglementation concernant les bâches,
- Concernant l'interdistance de 100 mètres, certaines communes sont passées de 40 à 100m. De plus, cette règle sera désormais appliquée des deux côtés de la rue, alors qu'aujourd'hui, l'interdistance n'est appliquée que d'un seul côté de la rue. De nombreux panneaux deviendront non conformes, du fait de cette nouvelle règle, entraînant des conséquences importantes pour les communes, en termes de recettes fiscales. La discussion sur ce sujet a déjà été longue et je crains que l'on ne puisse pas aller plus loin.
- Certaines communes ont cependant souhaité interdire toute publicité, hors mobilier urbain, sur le territoire de leur commune.
- Concernant l'installation de dispositifs numériques sur mobilier urbain, cela dépend du choix des communes.
- Concernant l'uniformité des règles à l'échelle de l'agglomération, elle ne me semble pas souhaitable, car il me semble important d'adapter les règles à la diversité des types de territoires.

La réduction de la publicité qui est proposée dans ce RLPi est significative mais elle doit être vue comme une étape. Certaines communes ont en effet fait le choix de supprimer toute publicité et d'autres pourraient les rejoindre à l'avenir. En 2022,

nous allons débiter l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme Intercommunal (PLUi). Le RLPi faisant partie du PLUi, les questions concernant la publicité seront à nouveau à l'ordre du jour. Il est cependant important que le RLPi soit approuvé d'ici l'été 2022. En effet, à cette date, les RLP actuellement en vigueur deviendront caduques. En l'absence de RLPi, la réglementation nationale s'appliquerait sur l'agglomération. La réglementation nationale est bien moins restrictive que notre projet et que les RLP actuellement en vigueur.

Les idées progressent avec le temps. Aussi, il faut voir ce RLPi comme une étape dans un processus qui tend à la réduction des dispositifs publicitaires.

Anais Schlienger, RAP 68

Serait-il possible d'interdire les enseignes clignotantes des pharmacies ?

Rémy Neumann

Il est prévu d'interdire les enseignes clignotantes, y compris pour les pharmacies, sauf lorsqu'elles sont de garde.

Gilles Arnold, Paysage de France

La réglementation proposée est particulièrement complexe. Je plaide pour une simplification car il ne sera pas facile de s'y retrouver pour la mettre en application.

Rémy Neumann

Chaque Maire appliquera le RLPi sur sa commune. Il ne devra pas maîtriser le zonage sur l'ensemble de l'agglomération mais uniquement sur le territoire de sa commune. Et ça, c'est faisable.

Benoit Loos

Les services qui feront appliquer le RLPi sont les mêmes que ceux qui instruisent les documents d'urbanisme. Or, un Plan Local d'Urbanisme comprend entre 50 et 100 zones différentes. Les 7 zones du RLPi, ce n'est pas compliqué, par rapport au travail habituel des services qui instruisent les documents d'urbanisme.

Rémy Neumann

Je tiens à tous vous remercier pour votre investissement. Le RLPi arrêté sera envoyé aux associations de défense de l'environnement pour qu'elles puissent faire part de leurs observations, avant la consultation de l'ensemble des habitants dans le cadre de l'enquête publique.

Le Vice Président
en charge de l'Urbanisme

Rémy NEUMANN