

Communauté urbaine : un règlement de publicité attaqué de toutes parts

POLITIQUE

Des associations de défense de l'environnement et une société de communication ont déposé des recours gracieux auprès de la communauté urbaine Perpignan-Méditerranée pour lui demander de retirer et d'amender son nouveau règlement de publicité, jugé trop permissif par les uns et trop imprécis par les autres.

Il s'agit de la première étape d'une procédure qui risque fort de se terminer devant le tribunal administratif en l'absence de réaction « positive » de la communauté urbaine d'ici fin juillet. Les associations [Alternatiba 66](#) et [Paysages de France](#), qui ont déposé le 30 mai un recours gracieux pour exiger le retrait du nouveau règlement de publicité de Perpignan-Méditerranée, avaient déjà demandé en amont du vote dudit règlement, fin mars, un certain nombre de modifications (suppression des dérogations d'implantation de publicité dans le périmètre des monuments historiques, interdiction des panneaux numériques, etc.). « Nos demandes de modifications visaient à réduire l'omniprésence de la publicité sur l'agglomération et à faire diminuer l'impact climatique notamment dû à la consommation d'électricité des panneaux lumineux », précise Claude Bascompte, d'Alternatiba 66. Ces demandes n'ayant pas été prises en compte, les associations ont décidé de passer à « une phase plus juridique » en déposant leur recours.

« Plusieurs mesures illégales »

Les principaux arguments avancés dans le cadre de ce premier recours ? « On trouve tout d'abord dans ce règlement des mesures illégales dans le sens où elles ne sont pas conformes au Code de l'environnement », estime Claude Bascompte. Parmi celles-ci, le militant associatif cite notamment

« le non-respect de la réglementation relative aux communes du Parc naturel régional Corbières-Fenouillèdes ». Perpignan-Méditerranée recense en effet six villages inclus dans le périmètre du Parc (Estagel, Cassagnes, Tautavel, Opoul, Vingrau et Montner). « Le Parc, dont l'avis n'a même pas été recueilli dans le cadre de l'enquête publique, a une charte qui impose des contraintes de publicité. Elle proscribit notamment l'implantation de dispositifs lumineux... », rappelle Claude Bascompte. Autre « irrégularité » relevée par les associations : s'il interdit l'installation de panneaux publicitaires dans la zone protégée des abords de la Têt, le règlement n'y exclut pas la publicité implantée sur le mobilier urbain. Par ailleurs, il autoriserait, dans les communes de moins de 10 000 habitants, certaines publicités sur mobilier urbain que le Code de l'environnement interdit.

Des procédures en diffamation

La société locale Publissud, spécialisée dans l'affichage extérieur, confirme avoir elle aussi déposé un recours gracieux contre le règlement de publicité. « Nous reprenons l'une des réserves émises par la commissaire chargée de l'enquête publique, indique le gérant de l'entreprise, Rémi Génis, par ailleurs adjoint au maire de Perpignan. Celle-ci avait demandé un plan de zonage lisible. Or, les plans téléchargeables aujourd'hui ne le sont pas clairement. Même en agrandissant, on ne peut pas voir le détail des zonages. Et il y a toujours des incohérences en termes de définition des zones. »

Si son recours n'est pas pris en compte, Rémi Génis se dit également prêt à saisir le tribunal administratif. Cependant, l'entrepreneur souligne que l'affaire est d'ores et déjà judiciaire. Des élus de l'ancienne majorité municipale et une cadre de la mairie l'ont en effet attaqué pour diffamation après la publication des observations que son entreprise avait formulées lors de l'enquête publique. Les plaignants estiment que certains propos tenus dans ce cadre remettraient en cause leur probité. Le tribunal de Perpignan doit examiner l'affaire le 16 juin prochain.

Arnaud Andreu



Des militants d'Alternatiba et d'ANV-Cop21 lors d'une action anti-pub en 2020.

PAUL MANCIN

« Un règlement équilibré qui permet de réduire la publicité de 40 % sur Perpignan »

De son côté, le vice-président de la communauté urbaine en charge de l'urbanisme, Jean-Paul Billès, assure que le nouveau règlement permettra de réduire « de 35 à 40 % » la publicité sur Perpignan. « Nous allons être attaqués par les associations qui disent qu'on n'en fait pas assez, mais aussi par les publicitaires qui disent qu'on en fait trop, prédit-il. Nous sommes pris entre deux feux. L'objectif de ce règlement de publicité intercommunal était de trouver un équilibre. Dans la mesure où les deux

campes sont contre, je pense qu'on doit être à peu près bons... »

Pour ce qui est du fond, la communauté urbaine doit encore analyser le contenu des recours sur le plan juridique. « Les arguments concernant le Parc naturel régional sont peut-être à examiner de plus près, estime Jean-Paul Billès. Lorsque le travail sur le règlement a débuté, en 2018, le Parc n'existait pas encore. Et la structure n'a pas réagi lors de l'enquête publique. Les autres points évoqués me semblent plus subjectifs et avaient déjà été soulevés. »