

Madame, Monsieur,

Compte tenu du vote prévu ce vendredi 28 juin au Conseil de l'Eurométropole durant lequel sera voté le RLPI, nous vous écrivons afin de vous informer de tous les points préoccupants que nous avons identifiés.

I – Absence du bilan de la concertation

- Nous considérons que la population a été privée d'une garantie participative ; en effet, le bilan de concertation est absent du dossier d'enquête publique. Pourtant, celui-ci est présent dans le projet de délibération de l'Eurométropole de Strasbourg.
- L'argument avancé par l'Eurométropole pour justifier leur erreur est = que la concertation n'était pas requise. Pourtant, ayant été faite, son bilan et ses conclusions doivent être obligatoirement présents dans le dossier d'enquête publique (cf. L123-12 du Code de l'environnement).

II – Insuffisance de l'obligation de l'extinction lumineuse

- L'extinction lumineuse du mobilier urbain prévue de 1h30 à 4h30 est insatisfaisante compte tenu de la présence de l'éclairage public et dans la mesure où elle ne concerne que le rétroéclairage des panneaux publicitaires.
- L'extinction de 23h à 7h pour les enseignes et les dispositifs publicitaires est une avancée. Cependant, il paraît plus utile d'obliger l'extinction 1h après la fermeture des commerces.
- Par ailleurs, suite à notre questionnaire de consultation sur la publicité en ville (<https://frama.link/W4UebWt>), 66 % des personnes interrogées souhaitent une extinction des enseignes à la fermeture des commerces et 57 % veulent que les panneaux publicitaires lumineux soient toujours éteints.

III – Aberration de l'autorisation des panneaux numériques

- Le RLPI autorise l'usage du numérique à image fixe sur tout le territoire de l'EMS, en précisant que sur le ban communal de Strasbourg, les vidéos sont également autorisées.
- Les vidéos sont autorisées dans certains lieux listés en annexe du RLPI, mais celle-ci n'est pas diffusée, donc nous ne pouvons pas saisir l'ampleur de ces nouvelles installations.
- Les publicités numériques nous paraissent totalement contraires aux objectifs environnementaux et énergétiques de l'EMS (Strasbourg ville verte, Plan Climat 2030, projet Zéro Déchet...).
- D'ailleurs, une proposition d'amendement du Code de l'environnement a été déposée le 21 juin 2019 par le groupe parlementaire LREM : « après le I de l'article L-581-4 Code de l'environnement, il est inséré un I bis : les dispositifs publicitaires numériques sont interdits. Selon l'exposé des motifs, il paraît nécessaire d'interdire ces dispositifs, qualifiés comme superflus et non prioritaires au regard des objectifs de réduction de consommation d'énergie. »

IV - Emprise ferroviaire

- Sur le domaine ferroviaire, il n'existe aucune précision concernant la limitation des panneaux à 150m de distance les uns des autres. Nous avons demandé de clarifier les critères d'implantation : sens de circulation, typologie des dispositifs, intersections...
- Le texte actuellement rédigé ne préserve en rien de la multiplication exponentielle des dispositifs.

V - Taille maximale des panneaux

- Le RLPI soumis au vote propose un élargissement des enseignes scellées au sol de 8 à 12 m² et des dispositifs publicitaires pouvant s'étendre à 10,5 m² au total, alors que ce document est censé préserver et améliorer le cadre de vie de l'Eurométropole.
- De plus, selon notre questionnaire, 80 % des participant·e·s réclament une surface maximale de 2m² pour tous les dispositifs publicitaires.

VI - Publicités aux abords des cours d'eau

- Il est prévu la suppression des publicités, enseignes, pré-enseignes et du mobilier urbain informatif (sucettes), conformément au bilan des observations préalables du RLPI concernant les cours d'eau, qui constituent un espace remarquable où toute forme de publicité doit être interdite. Néanmoins, la publicité sera toujours autorisée aux arrêts de bus et tram avec le règlement actuel.
- Or, 74 % des personnes interrogées dans notre questionnaire désirent une interdiction totale.

En vous remerciant de prendre en compte ces remarques afin d'évaluer au mieux les incidences de votre vote au cours de ce conseil eurométropolitain.

Merci de votre vigilance et de l'attention portée à nos revendications, ainsi qu'à la participation d'environ 800 habitant·e·s à notre questionnaire, concerné·e·s par les impacts négatifs de la publicité dans l'espace public.

Cordialement,

Résistance à l'Aggression Publicitaire - Strasbourg