

L'Agglo veut maîtriser la pub

Lors du dernier conseil d'agglomération, les élus du Saumurois ont décidé de doter l'intercommunalité d'un règlement local de publicité. Cette nouvelle dépense a fait débat.

En matière de publicité urbaine, les réglementations s'empilent pour toutes tendre vers une restriction des possibilités. Le Saumurois échappe encore moins à ces mille feuilles qu'il doit composer entre la législation nationale, celles émises par le Parc naturel régional Loire Anjou Touraine, celles encore provenant de la Mission Val de Loire (Unesco) et, pour les trois communes de Saumur, Doué-en-Anjou et Montreuil-Bellay, avec un règlement local de publicité communale.

Ne pas fermer toutes les portes

Alors pourquoi les élus communautaires ont-ils choisi de rajouter une feuille supplémentaire dans ces strates déjà bien denses ? La question a d'autant plus fait débat lors de la séance du jeudi 17 décembre 2020 qu'elle revient finalement à payer pour se mettre des chaînes supplémentaires aux pieds.

« Est-ce logique de prendre en charge cette compétence ? », a questionné Didier Huchedé, conseiller communautaire de Gennes - Val de Loire. « Le règlement que nous devons adopter ne sera pas plus souple. Il devra être plus contraignant, plus restrictif », a-t-il poursuivi en renvoyant vers la charte du Parc naturel.

L'idée est de ne pas fermer toutes les portes car, à compter du 14 juillet 2021, les règlements locaux de publicité des trois communes concernées seront caducs. La loi nationale s'appliquera sauf si un règlement local de publicité intercommunal (RLPI) est adopté. Michel Pattée, maire de Doué-en-Anjou et 2^e vice-



Des panneaux d'affichage comme celui-ci auraient été sur la sellette sans l'adoption d'un règlement local de publicité intercommunal adopté par l'Agglo Saumur Val de Loire.

PHOTO : CO

président de l'Agglo s'est dit « favorable à cette réglementation locale. L'assumer nous-même, c'est échapper au règlement national qui ne tient pas compte des particularités ».

« Une opération à 400 000 euros »

Pour l'élu de Doué-en-Anjou, qui utilise l'affichage public pour passer des informations dans les communes déléguées, ne rien faire reviendrait « à se tirer une balle dans le

pieu. Le risque, c'est que ça devienne hyper-contraignant, au point de contraindre le développement touristique et économique ».

Certes il y a urgence mais il y a aussi dépense, ce qui a laissé Rodolphe Mirande, vice-présidente et maire de Rou-Marson « dubitatif ». Sur ce point, l'addition semble floue. Selon les données livrées en séance, l'opération devra intégrer une étude entre 120 000 et 200 000 euros, un équivalent temps plein sur deux ans

d'un chargé d'étude pour essentiellement définir des zones avec ou sans publicité et d'un quart-temps pour le suivi administratif. À terme, il est prévu une embauche sur cette fonction. « Avec les coûts des commissaires enquêteurs, il faut être clair, cette opération se chiffre à 400 000 euros ». Ce que n'a pas contesté le président Jackie Goulet.

La délibération a été adoptée par l'assemblée avec trois abstentions.

Nicolas THELLIER