



Extrait du registre des délibérations du Grand Chalon

Séance du 12 mai 2016

Délibération n° CC-2016-05-14-1 - Débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

Membres en exercice : 80

Présents à la séance : 68

Nombre de votants : 79

Date de la convocation : 6 mai 2016

Reçu à la Sous-Préfecture le 24 mai 2016

Publié au recueil des actes administratifs le 24 mai 2016

L'an deux mille seize le douze mai, les membres du Conseil communautaire du Grand Chalon, convoqués par Monsieur Sébastien MARTIN, Président, se sont réunis, Salle Marcel Sembat, sous la présidence de Monsieur Sébastien MARTIN, assisté de Monsieur Pierre ANDRIOT, Monsieur Tristan BATHIARD, Monsieur Luc BERTIN-BOUSSU, Madame Marie-Thérèse BOISSOT, Monsieur Raymond BURDIN, Madame Françoise CHAINARD, Madame Annick CHOINE, Madame Amelle CHOUIT, Monsieur Daniel CHRISTEL, Madame Noémie DANJOUR, Monsieur Francis DEBRAS, Madame Isabelle DECHAUME, Monsieur Gilles DESBOIS, Monsieur Jean Noël DESPOCQ, Monsieur Sylvain DUMAS, Monsieur Bernard DUPARAY, Monsieur Guy DUTHOY, Monsieur Denis EVRARD, Monsieur Philippe FINAS, Monsieur Philippe FOURNIER, Monsieur Dominique GARREY, Monsieur Jean-Claude GRESS, Monsieur Jean-Vianney GUIGUE, Monsieur John GUIGUE, Monsieur Christophe HANNECART, Monsieur Fabrice HOHWEILLER, Monsieur Dominique JUILLOT, Madame Sophie LANDROT, Monsieur Mourad LAOUES, Madame Ghislaine LAUNAY, Monsieur Patrick LE GALL, Madame Nathalie LEBLANC, Madame Evelyne LEFEBVRE, Monsieur Michel LEFER, Monsieur Joël LEFEVRE, Monsieur Landry LEONARD, Madame Annie LOMBARD, Monsieur Christian MARMILLON, Monsieur Sébastien MARTIN, Madame Valérie MAURER, Madame Dominique MELIN, Monsieur Claude MENNELLA, Madame Marie MERCIER, Madame Juliette METENIER-DUPONT, Monsieur Eric MICHOUX, Monsieur Jean-Marie MOINE, Monsieur Daniel MORIN, Monsieur Maurice NAIGEON, Monsieur Yvan NOEL, Madame Martine PETIT, Madame Fanny PETTON, Monsieur Gilles PLATRET, Madame Karine PLISSONNIER, Madame Florence PLISSONNIER, Monsieur Sébastien RAGOT, Monsieur Maxime RAVENET, Monsieur Didier RETY, Monsieur Fabrice RIGNON, Monsieur Alain ROUSSELOT-PAILLEY, Madame Valérie SAINSON, Madame Fabienne SAINT-ARROMAN, Monsieur Patrick THEVENIAUX, Monsieur Guillaume THIEBAUT, Madame Sylvie TRAPON, Monsieur Christian VILLEBOEUF, Monsieur Gilles VIRARD, Madame Elisabeth VITTON, Monsieur Christian WAGENER.

Excusés :

Madame Jocelyne CLEMENT supplée Monsieur Jean-Paul DICONNE, Monsieur Christophe SIRUGUE ayant donné pouvoir à Madame Nathalie LEBLANC, Monsieur Eric BONNOT ayant donné pouvoir à Monsieur Raymond BURDIN, Monsieur Hervé DUMAINE ayant donné pouvoir à Monsieur Joël LEFEVRE, Monsieur Michel ISAIE ayant donné pouvoir à Monsieur Guy DUTHOY, Madame Bernadette VELLARD ayant donné pouvoir à Monsieur Philippe FINAS, Madame Jacqueline GAUDILLIERE ayant donné pouvoir à Madame Elisabeth VITTON, Monsieur Eric MERMET ayant donné pouvoir à Monsieur Eric MICHOUX, Madame Francine CHOPARD ayant donné pouvoir à Monsieur Tristan BATHIARD, Monsieur Jean-Claude ROUSSEAU ayant donné pouvoir à Monsieur Daniel CHRISTEL, Monsieur Alain GAUDRAY ayant donné pouvoir à Monsieur Fabrice HOHWEILLER.

Absent :

Monsieur Jacques MORIN.

Le Conseil communautaire,

Vu le rapport exposé par Monsieur Dominique JUILLOT,

Vu les statuts du Grand Chalon, et notamment l'article 7-8,

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, et notamment son article L5216-5,

Vu la loi du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, dite loi Grenelle II, et son décret d'application du 30 janvier 2012,

Vu le Code de l'Environnement, et notamment les articles L581-14-1 et R.581-73,

Vu le livre I du Code de l'Urbanisme recodifié au 1^{er} janvier 2016, et notamment l'article L153-12,

Vu la délibération du 18 décembre 2014 définissant les modalités de collaboration avec les communes membres,

Vu la délibération du 12 février 2015 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Grand Chalon,

Vu les orientations générales provisoires du RLPi établies pour le Conseil communautaire du 12 mai 2016 jointes en annexe,

Considérant ce qui suit :

La procédure d'élaboration du RLPi est identique à celle du Plan Local d'Urbanisme intercommunal (PLUi), conformément à l'article L581-14-1 du Code de l'Environnement.

Le Grand Chalon élabore son premier Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), prescrit par délibération du 12 février 2015.

Le calendrier général est similaire à celui du PLUi.

L'arrêt du projet de RLPi est prévu début 2017 et son approbation fin 2017.

Ainsi dès 2018, le RLPi se substituera aux 5 Règlements Locaux de Publicité (RLP) communaux existants (Chalon-sur-Saône, Champforgeuil, Châtenoy-le-Royal, Crissey, Saint-Marcel) et s'appliquera aux communes non dotées d'un RLP, soumises actuellement au Règlement National de Publicité (RNP).

Le diagnostic établi par les services de l'agglomération fait apparaître la situation suivante : plusieurs points noirs ont été relevés notamment les entrées d'agglomération surchargées par des dispositifs très disparates, la signalisation anarchique des entreprises dans les zones d'activités, la mauvaise intégration des publicités et des enseignes dans leur environnement ou la présence de nombreuses préenseignes dérogatoires illégales le long des principaux axes.

Conformément à la délibération du 18 décembre 2014 relative aux modalités de collaboration avec les communes membres, une gouvernance a été mise en place. Elle s'appuie sur un

travail avec les Maires au sein des cinq secteurs définis pour l'agglomération, à savoir : le Centre urbain, la Bresse chalonnaise, la Côte chalonnaise, la Plaine Nord et la Plaine Sud. Cinq réunions ont été organisées (une par secteur) au mois de septembre 2015. Elles ont permis aux élus de partager le diagnostic établi par les services du Grand Chalons et les enjeux en matière de publicité et d'enseignes pour le territoire de l'agglomération.

Le diagnostic finalisé et les premières orientations ont été présentés lors du Conseil des Maires du 30 janvier 2016. Un deuxième Conseil des Maires, en date du 30 avril 2016, a permis de valider les orientations retenues, avant le débat en Conseil communautaire.

Description du dispositif proposé :

Dans le cadre de la procédure d'élaboration du RLPi, il s'agit de procéder au débat sur les orientations, au sein du Conseil communautaire et de chaque Conseil municipal. Ce débat est une étape obligatoire de la procédure. Il doit être mené au plus tard deux mois avant l'arrêt du projet de RLPi. Il permet d'arrêter la stratégie qui sera ensuite traduite et mise en œuvre dans les pièces réglementaires (zonage et règlement).

Les objectifs ont été définis dans la délibération de prescription du RLPi en date du 12 février 2015. Les orientations poursuivies par le RLPi du Grand Chalons sont les suivantes :

Orientations pour les publicités :

1. Minimiser la présence de la publicité dans les zones patrimoniales sensibles et veiller à sa bonne insertion dans le paysage,
2. Encadrer strictement la publicité scellée au sol,
3. Harmoniser l'aspect des panneaux publicitaires,
4. Adapter la publicité aux typologies paysagères,
5. Autoriser les publicités de dimensions exceptionnelles,
6. Prévenir la gêne et réduire la consommation des publicités lumineuses.

Orientations pour les enseignes :

7. Limiter les enseignes en toiture,
8. Harmoniser les enseignes scellées au sol,
9. Assurer l'intégration des enseignes dans l'architecture,
10. Fixer des normes pour les enseignes lumineuses et numériques,
11. Limiter dans le temps et dans l'espace les enseignes temporaires.

La version actuelle rédigée des orientations générales du RLPi, qui donnera lieu au débat, est jointe en annexe.

Ce débat ne donne pas lieu à délibération mais doit être retranscrit au sein du procès-verbal de séance.

Après avoir délibéré

- A débattu des orientations générales du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Grand Chalon en cours d'élaboration, telles qu'exposées ci-dessus et détaillées en annexe ;
- Demande à chaque Maire de soumettre les orientations du RLPi au débat de son Conseil municipal à la séance la plus proche et de transmettre au Grand Chalon le procès-verbal de la séance retraçant les échanges.

Ne donne pas lieu à un vote .

Et ont signé au registre les membres présents.
Pour extrait conforme


Le Président du Grand Chalon
Sébastien MARTIN



Orientations générales
du Règlement Local de Publicité intercommunal
(RLPi)
du Grand Chalon

Document provisoire établi pour le Conseil Communautaire du 12 mai 2016

Rappel des objectifs issus de la délibération du 12 février 2015

- **Harmoniser les dispositions réglementaires** sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, en s'affranchissant des limites communales, tout en affirmant des identités par secteur géographique cohérent ou par zone d'activité par exemple ;
- **Préserver le cadre de vie des habitants**, notamment faciliter la circulation sur les cheminements piétons, prévenir les nuisances lumineuses et les problèmes de vue depuis les habitations ;
- **Valoriser l'environnement et les paysages**, en s'intéressant particulièrement aux 3 principaux secteurs d'enjeux que sont les axes majeurs de communication, les zones d'activités, et les communes rurales notamment leur centre bourg ;
- **Embellir les entrées d'agglomération** afin d'améliorer l'image du territoire et de participer à son attractivité ;
- **Améliorer la qualité esthétique des dispositifs** publicitaires, d'enseignes et de préenseignes existants et à venir ;
- **Proposer des alternatives aux préenseignes dérogatoires** via par exemple une signalétique routière adaptée.

Orientations pour les publicités

Orientation n° 1 : Minimiser la présence de la publicité dans les zones patrimoniales sensibles et veiller à sa bonne insertion dans le paysage

La publicité est interdite dans les zones protégées au titre de l'article L.581-8 du code de l'environnement, notamment dans le centre historique de Chalon-sur-Saône et la commune de Fontaines, couverts par des outils de protection du patrimoine, ou aux abords des monuments historiques classés ou inscrits. Le RLPi assouplira cette interdiction en autorisant, de manière raisonnée, la publicité sur mobilier urbain ou d'autres types de supports.

Le RLPi limitera l'installation de publicités dans les centres-bourgs de communes, qui ne bénéficient d'aucune protection au titre du code de l'environnement, mais dont le caractère villageois et/ou la qualité architecturale méritent préservation.

Le territoire offre de belles perspectives visuelles qui devront être préservées lors de l'implantation des dispositifs publicitaires, au même titre que les cheminements doux (piétonniers ou cyclistes) qui constituent des espaces de sérénité et de flânerie.

Orientation n° 2 : Encadrer strictement la publicité scellée au sol

Le code de l'environnement l'interdit formellement dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, c'est-à-dire dans toutes les communes de l'Agglomération hormis Chalon-sur-Saône. Dans ces communes, la seule publicité scellée au sol admise est le mobilier urbain de surface modeste (2m²).

Admise à Chalon-sur-Saône, la publicité scellée au sol est intrusive dans le paysage. Si elle peut être perçue comme une expression de modernité dans les grandes villes et dans les centres commerciaux, elle doit néanmoins être limitée en nombre et en surface.

Orientation n° 3 : Harmoniser l'aspect des panneaux publicitaires

Selon leurs besoins ou leurs stocks disponibles, les sociétés d'affichage installent des panneaux dont le format, la hauteur et la couleur sont hétérogènes. Certains reposent sur un pied, d'autres sur deux. Certains sont dotés d'un encadrement discret, d'autres d'un entourage qui multiplie leur surface et donc leur perception dans le champ de vision.

En l'absence de dispositions particulières, le Règlement National de Publicité (RNP) ne peut assurer l'unité des dispositifs. Le RLPi assurera l'unité du matériel publicitaire, en imposant des surfaces, un type de matériel (chaque société d'affichage s'adaptant ensuite avec ses fournisseurs), une couleur si nécessaire.

Orientation n° 4 : Adapter la publicité aux typologies paysagères

Dans les lieux où elle est admise, la publicité doit s'intégrer aux lieux environnants, tout en conservant sa raison d'être : être vue. 3 types de lieux sont distingués où les règles en matière de publicité seront différentes :

- les axes de circulation majeurs ;
- les zones d'activités économiques et/ou commerciales ;
- Les communes à dominante rurale.

Une règle de densité sera instituée afin d'éviter notamment la saturation des grands axes de circulation.

Orientation n° 5 : Autoriser les publicités de dimensions exceptionnelles

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, donc à Chalon-sur-Saône, le code de l'environnement permet l'installation par le maire et au cas par cas de dispositifs de dimensions exceptionnelles tels que les bâches de grand format. Cette possibilité sera introduite dans le RLPi.

Orientation n° 6 : Prévenir la gêne et réduire la consommation des publicités lumineuses

Dans un souci d'économie d'énergie et de protection du cadre de vie, la plage des horaires d'extinction nocturne des dispositifs lumineux, que le régime national a fixée de 1 h à 6 h, sera étendue.

Les publicités numériques, véritables téléviseurs dans la rue, sont en plein essor. Uniquement admises dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et soumises à autorisation, il convient, en raison de leur impact sur le cadre de vie, d'indiquer les lieux où elles seraient susceptibles d'être implantées et les secteurs où leur implantation n'est pas envisageable.

Orientations pour les enseignes

Orientation n° 7 : Limiter les enseignes en toiture

Les enseignes en toiture dénaturent souvent le bâtiment sur lequel elles sont apposées. Le RLPi prévoira leur interdiction, en prenant en compte, par des dérogations à ce principe, notamment lorsque l'architecture du bâtiment ne permet pas l'installation d'une enseigne en façade.

Orientation n° 8 : Harmoniser les enseignes scellées au sol

A l'instar des publicités scellées au sol, les enseignes scellées au sol créent un obstacle dans les perspectives. Leur utilité est contestable notamment lorsqu'elles masquent l'activité qu'elles sont censées signaler. Le RNP en limite le nombre à une sur chacune des voies bordant l'établissement signalé. Afin d'embellir les entrées d'agglomération et les zones d'activités, le RLPi apportera des précisions d'ordre qualitatif, notamment en encadrant les dimensions des enseignes scellées au sol (exemples : totems, drapeaux sur mat, panneaux...).

Orientation n° 9 : Assurer l'intégration des enseignes dans l'architecture

L'enseigne est la première image d'une activité et permet son repérage. Pourtant, trop nombreuses, disproportionnées, quelque fois de mauvaise qualité, elles peuvent altérer la perception d'un bâtiment et masquer les éléments d'architecture. Afin de pallier les lacunes de la réglementation nationale, le RLPi assurera l'intégration des enseignes dans l'architecture, notamment des centres-villes et des centres-bourgs.

Orientation n° 10 : Fixer des normes pour les enseignes lumineuses et numériques

La technique numérique développée pour les publicités est plus encore utilisée pour les enseignes. Attirant le regard, permettant de présenter une grande quantité de produits ou de services, leurs avantages sont considérables pour le commerce. La baisse des coûts les rend abordables pour tous.

A la différence des publicités, aucune règle nationale ne tient compte de la spécificité des enseignes numériques ou des enseignes lumineuses en général hormis leur extinction nocturne.

En centre-ville, elles peuvent constituer un trouble de voisinage. Dans les zones commerciales, elles peuvent atteindre des dimensions très importantes. Dans ces différents cas, le RLPi doit encadrer leur installation en fixant notamment des limitations de surface. La règle d'extinction nocturne des dispositifs sera renforcée comme pour les publicités.

Orientation n° 11 : Limiter dans le temps et l'espace les enseignes temporaires

Initialement destinée à l'annonce d'opérations exceptionnelles, culturelles ou sportives, les enseignes temporaires ont rapidement été détournées de leur usage pour une utilisation purement commerciale en annonçant tout type de promotions. Par l'enchaînement des opérations commerciales, ces enseignes ne sont plus temporaires et persistent toute l'année. Par leur nombre et leur surface, qui ne sont pas limités, par leur piètre qualité, les enseignes temporaires portent

fréquemment atteinte au cadre de vie, masquant les efforts qui ont pu être faits lors de l'installation des enseignes fixes.

Le RLPi prendra des mesures visant à limiter leur usage dans le temps, ainsi que leurs lieux d'implantation.

Le code de l'environnement distingue une autre catégorie d'enseignes temporaires liées à des opérations immobilières. Utiles à la commercialisation, ces enseignes sont généralement installées sur un site en chantier et disparaissent à l'achèvement des travaux. Elles présentent une gêne moindre pour le cadre de vie, la reprise des dispositions du code de l'environnement s'avère suffisante.