Département de la HAUTE MARNE

Communauté d'Agglomération SAINT-DIZIER, DER et BLAISE

Elaboration du Règlement local de Publicité intercommunal couvrant l'ensemble du Territoire de la Communauté d'Agglomération

Enquête Publique

du 18 Octobre 2021 au 20 Novembre 2021

RAPPORT

de la COMMISSION d'ENQUETE

Partie I : « Rapport d'Enquête »

SOMMAIRE

Partie I :

Présentation de l'Enquête :

Objet de la présente Enquête.
Présentation du Maître d'Ouvrage.
Cadre Juridique, et Administratif.

Déroulement de l'Enquête :

Information-Concertation préalables.
Interventions de la Commission d'Enquête.
Documents d'Enquête mis à disposition du Public.
Publicité de l'Enquête.
Les Permanences.

Dépouillement et Analyse des Observations, et Avis:

Examen général des Avis des PPA et des Observations.
Procès-verbal de Synthèse.
Dossier de prorogations du délai de remise du Rapport
Mémoire en réponse du Maître d'Ouvrage. *(Tableaux et Note de Synthèse)*
Considérations sur le Dossier et le Projet de Règlement.
Examen détaillé des Avis et des Observations.
Considérations générales, et clôture du Rapport *(Partie I).*

Pièces annexées :

Désignation de la Commission d'Enquête
Arrêté prescrivant la dite Enquête.
Copies des Insertions en la Presse.
Copies des Observations.
Copies des Avis des P.P.A et autres Partenaires
Procès Verbal de synthèse.
Note relative aux Prorogations de délais.
(Rappel que le Mémoire en réponse figure dans le corps du rapport).

Partie II :

Avis et Conclusion motivés de la Commission d'Enquête.

PRESENTATION DE L'ENQUETE.

Objet de la présente Enquête :

La Ville de SAINT-DIZIER dispose depuis 2002 d'un Règlement local de Publicité, qui deviendra caduc en Juillet 2022, en application des dispositions de la Loi Grenelle II.

Aussi, en date du 14 décembre 2018, la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise, a décidé de l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal à l'échelle de l'intégralité de son Territoire, avec pour objectifs :

- Anticiper la caducité du RLP de Saint-Dizier.
- Maintenir un cadre de Vie de qualité.
- Renforcer l'attractivité résidentielle et des acteurs économiques locaux.
- Mettre en valeur les Centres-villes, Bourgs et Villages.
- S'adapter et anticiper les nouvelles technologies.

Et corrélativement, *au terme des Etudes correspondantes*, par demande au Tribunal en date du 07 Octobre 2020, est sollicitée la mise en œuvre d'une Enquête Publique, *qui fut initialement envisagée au cours du premier trimestre 2021 puis, sur demandes successives de la Communauté d'Agglomération, décalée in-fine au dernier trimestre de 2021.*

Présentation du Maître d'Ouvrage :

La Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise s'étend essentiellement au nord du département de la Haute Marne, mais intègre des Communes du sud-est du département de la Marne.

Elle est composée de soixante (60) Communes regroupant environ 60.000 habitants, d'où un caractère essentiellement rural.
La Ville de SAINT-DIZIER compte 25.000 habitants, et s'avère le centre d'attractivité économique et culturelle de l'ensemble.

Aucune autre Commune ne dépasse les 10.000 habitants.

Ladite Communauté d'Agglomération est desservie par diverses Routes Nationales ou de Grande Circulation, à savoir :

R.N. 4 : Liaison de Strasbourg vers Paris, via Nancy.
R. N. 35 : en direction de Bar-le-Duc
R.N. 67 : en direction de Joinville, Chaumont, et le sud.
R.D. 2 : en direction de Wassy, et la vallée de la Blaise
R.D. 384 : en direction des Portes du Der, et du Lac du Der.

Et, est desservie également par le Réseau Ferré la traversant.

Cadre Juridique et Administratif de l'Enquête.

Principales Références :

Outre les dispositions relatives au déroulement des Enquêtes Publiques relevant du Code Général des Collectivités Territoriales,
Le Présent Projet de Règlement de Publicité local, s'inscrit en la législation du Code de l'Environnement, avec base la Loi n°79-1150 du 29 septembre 1979, et textes subséquents,
mais répond aussi en particulier aux divers Textes réglementaires issus des Codes de l'Urbanisme, du Patrimoine, et de la Voirie routière.

Nomination de la Commission d'Enquête :

Compte tenu qu'une Enquête Publique doit être organisée,
Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération a sollicité, en date du 07 Octobre 2020 de Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Châlons-en-Champagne, la désignation d'un Commissaire Enquêteur.

Par Décision de Monsieur le Président, n° E 20000085/ 51, en date du 2 décembre 2020, a été désignée une Commission d'Enquête composé de trois (3) membres :
-en qualité de Président : Claude MARTIN
-en qualité de Membres : Francis MICHEL et Patrick RAMBOUR,
Tous trois inscrits sur la liste départementale de la Haute Marne.

Arrêté prescrivant la présente Enquête :

Par Arrêté en date du 16 Septembre 2021, Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise, a prescrit une Enquête Publique d'une durée de 34 jours, *à savoir du 18 octobre 2021 au 20 novembre 2021 inclus*, avec six (6) permanences réparties sur quatre (4) sites.

DEROULEMENT DE L'ENQUETE :

Information-Concertation préalable :

--En suite à la notification de leur désignation, en date du 03 décembre 2020, les membres de la Commission d'Enquête ont pris contact avec la Communauté d'Agglomération, quant au déroulement envisageable de ladite enquête.

En date du lundi 1er Février 2021, une réunion de concertation s'est tenue à Saint-Dizier, en les locaux de la Communauté d'Agglomération, au cours de laquelle, *outre la présentation, tant des Personnes responsables du Service correspondant de la Communauté d'Agglomération (CASDDB) que des trois membres de la Commission d'Enquête,* fut présenté le Dossier (*Contexte, Concertation préalable, Réglementation Nationale, Orientations locales et Projet de Règlement).*

--Les lieux de permanences, *bien que limités eu égard aux propositions de la Commission d'Enquête,* sont alors fixés au nombre de (4) quatre, dont deux (2) avec deux permanences chacun, à savoir :

Mairie de Saint-Dizier : 2 permanences
Mairie de Wassy : ..... 2 permanences
Mairie de Rachecourt : 1 permanence
A la "Porte du Der" : ... 1 permanence

--Fixé initialement du 15 mars au 17 avril 2021, avec dates des permanences arrêtées, la dite enquête a connu divers reports sollicités par la Communauté d'Agglomération, sur la base du contexte sanitaire et de compléments à apporter au Dossier.
Ainsi, furent envisagées les périodes du 26 avril au 29 mai, puis du 3 mai au 5 juin, et in-fine du 18 octobre au 20 novembre 2021.

Interventions préalables des Membres de la Commission :

Au-delà des formalités administratives préalables auprès du Tribunal Administratif dont concertation initiale relative aux modalités de l'Enquête, furent en particulier effectuées:

-Réunion au siège de la Communauté d'Agglomération.

-Examen des pièces du dossier, *en deux temps :*

- *A réception, pour prise de connaissance du Projet*
- *Préalablement à l'ouverture effective de l'Enquête : étude en profondeur.*

-Arrêt des dates et heures de Permanences, à chaque changement.

-Participation à l'élaboration de l'Arrêté prescrivant l'enquête.

-Paraphes et signatures de chacune des pièces composant le dossier ainsi que des registres d'enquête.

Trois points furent en outre soulevés par la Commission :

--Le souhait d'un affichage en toutes les communes de la Communauté d'Agglomération.

--Six lieux de permanences, compte tenu de l'étendue du territoire. (Proposition non retenue par la Communauté d'Agglomération).

--Une publicité par voie de presse, en les deux départements concernés.

Documents d'Enquête mis à disposition du Public :

Le Dossier d'Enquête Publique du Projet de Règlement local de Publicité intercommunal comprend *-outre la Copie de l'Arrêté prescrivant l'enquête-* 4 pièces, à savoir *:*

Le Projet de règlement *(dont Note de Présentation)*, arrêté au 27 février 2020.

Les Extraits de délibérations de la Communauté d'Agglomération.

Les Avis des Personnes Publiques Associées, et autres partenaires.

Les Arrêtés de limites d'Agglomérations *(sous réserve de l'absence d'un).*

Et le Registre d'Enquête, *tenu à disposition du public.*

Publicité de l'Enquête :

Conformément aux Prescriptions légales, aux dispositions de l'Arrêté ministériel du 24 Avril 2012, rappelées en l'Arrêté de mise à l'Enquête, les mesures ci-après ont été mises en place :

- Copies de l'Arrêté prescrivant l'Enquête *et en précisant les modalités, dont les dates de celle-ci, et dates des diverses permanences,* ont été apposées au lieu habituel d'affichage, dans l'ensemble des Communes comprises en la Communauté d'Agglomération.
- Les insertions réglementaires furent effectuées en la Presse, à savoir :

  Le Journal de la Haute Marne, les 29 Septembre et 19 Octobre 2021
  La Voix de la Haute Marne, ... les 01 Octobre et 22 Octobre 2021
  L'Union ..... les 30 Septembre et 20 Octobre 2021
  La Marne Agricole ..... les 01 Octobre et 22 Octobre 2021

A noter, *que l'affichage de l'Arrêté a pu être ponctuellement constaté en quelques communes par les membres de la Commission d'Enquête.*

Les Permanences :

Six permanences furent assurées, à savoir :

Lieux et Dates	***Horaires***	***Observations***
Mairie de Saint-Dizier :		
Lundi 18 Octobre	9 h à 12 h	Aucune visite.
Samedi 20 Novembre	9 h à 12 h	Aucune visite.
Mairie de Wassy :		
Lundi 8 Novembre	15 h à 17 h	Aucune visite.
Mercredi 17 Novembre	10 h à 12 h	Aucune visite.
Mairie de Rachecourt / M.		
Mardi 9 Novembre	10 h à 12 h	Une visite et Une observation déposée.
A La Porte du DER "Maison des Officiers"		
Jeudi 18 Novembre	10 h à 12 h	Aucune visite.

Le Registre dématérialisé :

Neufs Observations (certaines déposées en double) ont fait l'objet, en cours de l'enquête, d'un dépôt sur le site dédié de la CASDDB

A noter que l'observation déposée au registre de Rachecourt/Marne fut transférée de suite sur le Site, en permettant la consultation.

Les Avis des Personnes Publiques Associées et partenaires :

Les dix neuf avis, *tel que figuré au recueil déposé au titre de pièce du Dossier d'enquête,* ayant été déposés après la délibération de clôture du dossier, et avant l'ouverture de la présente enquête, sont pris en compte par la Commission d'Enquête, qui a appelé la Communauté d'Agglomération à les intégrer au nombre des observations auxquelles il y a lieu à apporter une Réponse.

Dépouillement et Analyse des Observations, et Avis.

Corrélativement à la prise en compte globale, souhaitée par la Commission d'Enquête, à considérer :
--les Observations déposées en cours de la présente Enquête,
--et les Avis préalables exprimés par les Personnes Publiques Associées et autres Partenaires à l'établissement du Règlement.

il ressort, -*en cumulé*- un nombre important d'items assez complexes à regrouper, mais qui –*in-fine*- font l'objet d'un examen individuel.

Au terme des dépouillement et analyse, la Commission n'estimant pas indispensable de présenter ici le listing d'étude, précise que :
--Les originaux des Observations et Avis sont ci-annexés au rapport.
--L'ensemble des items –(*non donc ici présentés en un simple listing)*-, figurent en la partie gauche des Tableaux présentant en parallèle les Réponses de la Communauté d'Agglomération *(A voir ci-après au titre du "Mémoire en Réponse" (page 10 du présent rapport))*.

Des 9 Observations déposées en cours d'Enquête *(dont 2 émanant d'Organismes ou Partenaires s'étant déjà exprimés en les Avis formulés)* il en ressort essentiellement quelques 45 items *(dont certains issus de plusieurs observations),* il a noter à ce titre, la participation de :

- Mr LAROCHE, présentant trois observations relatives aux dispositions du règlement, et une quant à la concertation estimée incomplète.
- Mr MARIE, faisant état de modifications diverses à apporter au dit Projet, et émettant un avis défavorable au Projet tel que présenté.
- PAYSAGES de France et Belles Forêts sur Marne, présentant une étude détaillé des données d'un tel Projet de Règlement, et concluant par un avis défavorable.
-Mr BESNARD *(en 2 observations)*, faisant essentiellement état d'approbation des dires et conclusions de Paysage de France et Belles Forêts sur Marne.

- Mr le Maire de RACHECOURT sur Marne, sollicitant une modification de zonage pour un axe de circulation et deux zones artisanales.
- UPE *(Union de la Publicité Extérieure),* faisant état d'une large analyse du projet et présentant des aménagements réglementaires à envisager.
- Mr LABOUILLE, qui s'insurge à l'encontre des enseignes publicitaires lumineuses et précise rejoindre les préconisations de "Paysage de France et Belles Forêts sur Marne ".
- J.C. DECAUX, qui rappelle essentiellement l'intérêt informatif, et financier pour les collectivités du mobilier urbain ; et présente des types d'aménagements appelés à assurer la pérennité d'un tel règlement.
- Mme GODFROY, évoque la publicité numérique (ou information publique à grande échelle), et se déclare défavorable à ce règlement.

Des 19 Avis formulées par les "Personnes Publiques associées et autres Partenaires", *(donc ayant peu ou prou participé à l'élaboration du dit projet)* –et dont la rédaction intégrale aura figuré à l'Enquête à titre de Document annexe-, nous notons :

9 avis favorables sans autres remarques,

4 avis présentant des considérations appelées à enrichir le Projet

1 avis défavorable au dit Règlement considéré comme ne répondant pas, au travers en particulier la publicité lumineuse à l'urgence climatique et à la sobriété énergétique.

2 avis de Partenaires s'étant également exprimés au cours de l'Enquête.

3 organismes se déclarant non directement concernés.

PROCES VERBAL DE SYNTHESE :

Suite à la clôture de l'Enquête le 20 novembre 2021, et réception en retour des 4 Registres le 23 novembre 2021,

Compte tenu de la concertation quasi-permanente entre le Représentant du Maître d'ouvrage, et les membres de la Commission d'Enquête, en plein accord, n'a pas été jugée utile une Réunion de synthèse.

Et, suite au dépouillement et à l'analyse des Observations et Avis, tel que précisé ci-dessus,

Un Procès Verbal de Synthèse, *attirant tout particulièrement l'attention sur les divergences constatées entre le dit Projet et les points objets d'observations ou avis,* a été transmis à la Communauté d'Agglomération (CASDDB) en date du 29 Novembre 2021

A noter qu'aucune communication matérielle des dits avis et observations n'a été transmise, puisque tous se trouvent sur le site de la CASDDB.

En le courrier d'accompagnement fut certes fait état des dispositions réglementaires régissant les liaisons et relations entre le Maître d'ouvrage et les Commissaires

Enquêteurs ; y étant bien rappelé n'avoir aucune directive à donner dans le cadre du dit Mémoire en réponse qui –sur le fond et sur la forme- est de la seule et entière responsabilité du Porteur du Projet.

Prorogation du délai de dépôt du Rapport *(en 2 reprises).*

La Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise (CASDDB) avisant de l'impossibilité de remise du Mémoire en Réponse, en les délais réglementaires, et préconisant un report correspondant,

La Commission d'Enquête s'est donc vu amenée à devoir solliciter une prorogation de délai de dépôt du Rapport.

En date du 10 décembre 2021, par courrier dûment motivé exposant le contexte (Copie ci-annexée), et sous réserve d'une réception du Mémoire en réponse permettant d'être opérationnel à réception, fut donc sollicitée auprès de Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération une prorogation conduisant, *compte tenu du retard annoncé en la réception du dit mémoire en réponse, et de la période de fin d'année*, à la date limite de dépôt du Rapport au 20 janvier 2022 *(Ce, sous réserve de réception préalable du Mémoire !).*

Copie du dit courrier fut transmis, ce même 10 décembre 2021 à Monsieur le Président du Tribunal Administratif.

Le Mémoire en Réponse, étant parvenu aux Membres de la Commission, en date du Vendredi 14 Janvier *(donc exploitable à date du 17)* une nouvelle prorogation au 28 Janvier 2022 s'est avérée devoir être sollicitée de Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération. *Ce, en date du 16 janvier, avec Copie à Monsieur le Président du Tribunal Administratif.*

Par Courrier, en date du 17 Janvier Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération *rappelant que les dits retards leur sont imputables*, valide nos demandes, conduisant à la remise du Rapport au 28 Janvier 2022.

MEMOIRE EN REPONSE :

En date du 16 décembre 2021, à ce titre, furent transmis des documents d'études précisés provisoires d'autant que signalés comme non encore validés par les Elus de la Communauté d'Agglomération.

Sur ces bases, quelques remarques, ou demandes de simples précisions, furent évoquées par la Commission d'Enquête, sollicitant en outre une exhaustivité de ladite note de synthèse définitive.

Le Mémoire en Réponse de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise *(CASDDB)* dûment validé par les Elus, *(donc définitif)* fut réceptionné au cours du vendredi 14 Janvier 2022.

Il se compose de trois (3) documents, à savoir deux tableaux et une note dite de synthèse.

Compte tenu de la densité des réponses apportées aux diverses observations et nombreux avis, l'intégralité des dits documents est intégrée en le présent rapport, à savoir :

--**Les tableaux** *(47 pages)* :

Mémoire en réponse aux Avis du public déposés lors de l'Enquête (23 pages)
Mémoire en réponse aux Avis des Personnes associées (24 pages)

A noter que les dits tableaux comportent :
en partie gauche, les items issus des Observations et Avis,
et en parallèle les Réponses de la Communauté d'Agglomération.

--**La note de synthèse** des suites envisagées *(5 pages).*

Afin de faciliter la lisibilité de la présente Partie I du dit Rapport, ces Tableaux et Note de la Communauté d'Agglomération sont reportés – *hors pagination*- après les " Considérations sur le Dossier de projet du Règlement " soit : au-delà de la page 13.

Considérations sur le Dossier de projet du Réglement :

Présentation générale :

N'apparait que louable la recherche de limitation ou encadrement des publicités -*dont lumineuses*- compte tenu tant de la saturation visuelle existante en divers secteurs, que de l'atteinte à l'environnement, tout en cherchant à assurer le maintien de l'Economie.

Et ce d'autant plus complexe à codifier du fait du contexte : une Ville, quelques bourgs-centres, un tissu rural prédominant. Il en *résulte l'anachronisme constaté de certaines publicités, et donc des correctifs spécifiques à y apporter.*

La Commission note en outre qu'il lui apparaît que ce Règlement local de Publicité arrive prématurément puisqu'avant finalisation tant du PLUi, que des adaptations ou révision des périmètres des abords des Monuments historiques.

La Commission d'Enquête note :

Au Dossier soumis à l'Enquête :

Un diagnostic assez exhaustif de l'existant en matière de publicité sur l'ensemble du territoire concerné, et un dossier d'Enquête bien présenté, regrettant toutefois, en vue d'une approche plus perceptible du projet :

-l'absence de références aux dispositions du Règlement existant concernant la Ville de Saint-Dizier, certes devenant caduc, mais dont le Projet du présent règlement n'est toutefois qu'une mise à jour réglementaire, et une extension territoriale.

-une sorte d'ésotérisme en quelques passages, tant du Rapport de présentation que du projet de Règlement, ainsi qu'une absence sur les plans de zonage, d'un minimum d'écritures *(nom de routes ou rues, etc...)*. Ce, ayant été susceptible d'en faciliter la lecture et la compréhension pour le Public.

Et ne peux que constater l'absence évidente d'une effective concertation en l'élaboration du dit projet de règlement.

Certes vu le contexte essentiellement rural, cette élaboration ne pouvait qu'être très délicate à réglementer et ne devoir résulter que d'une effective concertation lors des diverses phases d'élaboration même du dossier.

Quand à la dénomination de concertation de diverses réunions *-furent-elles avec brefs échanges-* celles-ci s'avèrent plus relever de l'information. Les nombreux avis ultérieurs de personnes censées avoir étroitement participé à l'élaboration du dit règlement traduisent bien ce défaut de concertation préalable.

(Rappel ici fait de la présence désormais plus que souhaitée (voire obligatoire même en certains cas) d'un Garant de la dite concertation).

En le Mémoire en réponse : Il s'avère que les divers Avis et Observations ont fait l'objet d'un examen détaillé et de réponses circonstanciées ; mais la Commission note toutefois quelques rares mais regrettables "flou" soit par manque de position nette et précise, ou du fait d'une rédaction imparfaite.
D'où les précisions sollicitées afin d'interpréter sans ambiguïté les modifications envisagées, qui furent in-fine intégrées en la Note synthétisant l'ensemble, et qui constitue "en final" la position de la Communauté d'Agglomération eu égard des dispositions futures et définitives du Règlement.

Considérations après analyse des dites dispositions envisagées.

A l'examen comparatif avec ses propres analyses détaillées des Observations et Avis, la Commission note que le Groupe de travail de la Communauté d'Agglomération n'a occulté aucun item des Observations ou Avis, apportant une réponse à chacun d'eux.*(voir les Tableaux constituant le Mémoire en Réponse).*

La Commission retiendra favorablement tout particulièrement, *outre des cas de modifications très ponctuelles :*

Quelques 12 modifications du règlement, concernant tout spécialement:

-- la suppression de la zone ZP2c (zone de référence du Val d'Ornel) pour l'inclure en zone ZP2b, ne formant ainsi qu'un entité en tant que "autres zones d'activités hors agglomération"

--la prise en compte plus affinée des périmètres en abords des Monuments historiques.

--la différenciation à faire entre Enseignes et Publicités, eu égard à l'unité foncière constituant leur support.

--la délicate question des Enseignes lumineuses –*selon leur type*- et des publicités en vitrines *(dont nous solliciterons un examen complémentaire),*

--les publicités scellées au sol et le Mobilier urbain, en particulier en bourg-centre et en milieu rural, qui à l'exemple des Abris-bus constituent certes des supports de Publicités, mais aussi et surtout un Abri....*d'où leur nom. (Existence toutefois à voir préciser)*

Ainsi que 36 Corrections d'erreurs ou corrections rédactionnelles ne mettant pas en cause l'esprit du Règlement.

Et des modifications résultant de dispositions réglementaires.

En fait, ensemble de modifications apportant au Projet, des mesures et dispositions adaptées au Territoire spécifique constituant la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise.

La Commission note toutefois des dispositions qui semblent mériter une attention particulière, à savoir :

-Des différences notables de zonage entre Communes rurales apparemment comparables, cas de certaines entièrement en ZP0 ou ZP1 et d'autres avec au moins deux zones, appelant *si ce n'est pas déjà fait*, une validation non équivoque des Conseils Municipaux.

-La valeur de 0,1m² de publicité lumineuse –*tout cumulé*- en une vitrine, ce qui apparaît irréaliste eu égard déjà à l'existant (Agences Immobilières, etc...).

-Une clarification des droits d'implantation des Abris-bus en zone rurale.

C'est donc sur ces bases,

que nous clôturerons le présent Rapport *(Partie I)*, par nos

Avis et Conclusions

présentés en un document séparé : Partie II ci-jointe.

A CHAUMONT, le 24 Janvier 2022

Les Membres de la Commission d'Enquête :

Claude MARTIN (Pdt) Francis MICHEL Patrick RAMBOUR

RLPi

de Saint-Dizier, Der& Blaise

Agglomération

MEMOIRE EN REPONSE

AVIS DU PUBLIC DEPOSES LORS DE L'ENQUETE (DU 18/10/2021 AU 20/11/2021)

even CONSEIL

SOGEFI Ingénierie Géomatique

Saint-Dizier Der & Blaise Agglomération

NB : Ce mémoire en réponse est destiné à la Commission d'enquête publique. Il est destiné à faciliter la compréhension du dossier ainsi que les changements à venir pour l'approbation du RLPi final. Les réponses sont présentées sous forme de tableau afin d'en simplifier la lecture. Des questions identiques trouvent cependant des réponses identiques, d'où certaines répétitions. Les remarques des partenaires sont parfois identiques et parfois plus poussées : les 2 mémoires sont donc à lire pour une meilleure compréhension.

Nomenclature :

Réponse :

Refusé
Majoritairement refusé
Majoritairement accepté
Accepté
Hors-sujet

Priorité :

1 : important

2 : moyennement important

3 : secondaire

Observations	Pièce concernée	Importance + acceptation	Réponse CASDDB
Dominique LAROCHE			
1 : le mobilier urbain scellé au sol est interdit dans les communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : ce n'est pas moi qui le dis mais les articles R581-42 et R581-31 du Code de l'environnement. Il n'y a aucune unité urbaine de plus de 100 000 habitants sur ce territoire et seule la ville de Saint-Dizier compte une population de plus 10 000 habitants. Par conséquent, seule la ville de Saint-Dizier peut implanter du mobilier urbain sur son territoire. Or, le règlement ne précise pas cette règle particulière dans la définition en préambule : chapitre 1.II.6. Plus étonnant, il autorise l'installation de mobilier urbain dans les zones ZP1, ZP2 et ZP3 de chacune des communes de la Communauté d'Agglomération dont la population est inférieure à 10 000 habitants. L'article L.581-14 du Code de l'environnement indique que le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. Ces règles ne sont pas respectées, car l'installation de ce type de mobilier y est illégale. Le règlement commet selon cette analyse une erreur en introduisant une règle plus souple que le règlement national à laquelle il ne peut pas déroger.	Toutes les pièces	1	Le rappel sera effectué. Etant donné que l'interdiction de mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants est considérée comme une erreur rédactionnelle, ce type de support a été autorisé de manière à rendre notamment possible la mise en place de réels abris-voyageurs entretenus par un prestataire qui concourraient ainsi au confort dans l'usage des transports en commune.
2 : pour les enseignes, le règlement indique au chapitre 5.III que des adaptations au règlement sont possibles dans certains cas. Les adaptations mineures existent en droit de l'urbanisme et sont codifiées au sein de l'article L.152-3. Sauf erreur de lecture,		3	Le chapitre III « Adaptations et exceptions » sera supprimé du règlement à l'approbation afin de ne pas introduire d'ambiguïté à l'application des règles définies au sein du Règlement Local de Publicité intercommunal.

une telle clause n'existe pas au Code de l'environnement. Ne doivent être appliquées par conséquent que les seules règles plus restrictives que la Communauté d'Agglomération se fixe dans le cadre de son règlement sans permettre un pouvoir d'appréciation supplémentaire et discriminatoire qui ne reposerait sur aucune règle légale. À titre d'exemple, le Conseil d'État a annulé les possibilités de déroger à la réglementation sur le handicap dans sa décision du 21 juillet 2009. Cet article est à mon sens illégal et doit être supprimé, car il est destiné à assouplir la réglementation. Si la Communauté d'Agglomération souhaite adapter son règlement, elle doit le faire dès maintenant en phase d'élaboration ou par la voie de la révision. C'est en tout cas de cette façon que doit fonctionner un État de droit lorsque l'on suit les règles définies par le législateur.			
3 : depuis la loi n°2021-1104 du 22 août 2021, l'article L581-14-4 du Code de l'environnement permet au règlement local de publicité de définir des prescriptions pour les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial. Le rapport et le règlement n'abordent pas ce point qui constitue une source très importante de pollution visuelle quotidienne que l'on peut admirer dans les vitrines des pharmacies et des agences immobilières. De la sorte, le règlement ne respecte pas les enjeux définis dans la délibération pour le maintien d'un cadre de vie de qualité et de lutte contre les nuisances visuelles, alors qu'il interdit les enseignes numériques. La Communauté d'Agglomération doit à mon avis justifier son choix de ne pas encadrer ces dispositifs qui font partie intégrante des orientations 3 et 4. Or cela n'est pas le cas.		3	L'implantation à l'intérieur des vitrines sera autorisée, pour toutes les enseignes et les publicités **lumineuses y compris numériques** dans **une limite de surface maximale cumulée fixée à 0,1 m². Ces dispositifs et enseignes suivent les horaires d'extinction nocturne fixés par le RLPi de 22h à 6h.**
4 : la Communauté d'Agglomération prescrit par délibération le 14/12/2018 puis le 08/07/2019 en prenant acte du débat sur les orientations. Mais une nouvelle délibération de prescription est prise le 16/12/2019. Cette nouvelle délibération se situe		3	Une nouvelle délibération a bien été prise le 16/12/2019. Le bon titre ayant été donné au mauvais fichier (soit la délibération du 08/07/2019), il s'agit donc d'une erreur matérielle qui sera corrigée.

temporellement après le débat sur les orientations et sans qu'un nouveau débat ait lieu. J'avoue être interrogatif sur cet ordre chronologique des actes alors que la plupart des réunions de concertation a été organisée. Si l'on modifie les règles après les réunions, ne doit-on pas considérer que les réunions de concertation n'ont pas eu lieu ?			A noter que la seule différence entre les délibérations a consisté à retirer la concordance du Règlement Local de Publicité intercommunal avec le PLUiHD, qui prendra davantage de temps d'élaboration : toutes les autres orientations restent les mêmes. Pour preuve, la délibération du 16/12/2019 est jointe au présent mémoire.
Michel MARIE			
La publicité, ayant pour vocation à nous faire consommer (et toujours plus), se trouve de plus en plus anachronique avec les temps présents, ceux-ci caractérisés par des crises majeures où nos modes de consommation se doivent d'être revus, à défaut d'être subis d'ici peu * il y a donc nécessité, impérative : - de revoir ce projet de Règlement Local de Publicité intercommunal à l'aune des enjeux actuels, notamment en le faisant coller à la transition écologique - de diminuer avec volonté la densité et la surface de certains dispositifs - de limiter au maximum, et mieux encore interdire, les dispositifs lumineux		1	Le projet a été mené de manière à intégrer les enjeux de transition écologique tout en prenant en considération le contexte juridique du document (impossibilité de faire une interdiction générale et absolue d'un type de publicité) et les besoins économiques des activités du territoire. La publicité a été ainsi très encadrée, en particulier la publicité numérique qui n'a ainsi été autorisée que dans un secteur très limité. Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ).** Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.
* concernant ce projet de révision, il y a lieu : - de compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones - de limiter la publicité à 5 zones au maximum, en supprimant les ZP2c et ZP3		1	Une demande du territoire et notamment des services instructeurs a été de disposer d'un règlement mobilisable zone par zone. A l'instruction il est ainsi possible de n'utiliser que le volet lié à la zone et d'avoir ainsi sous les yeux la quasi-totalité des dispositions qui s'y rapportent. Il n'est donc pas prévu de réorganiser le document. La suppression de la ZP2c sera effectuée en indiquant que l'ensemble des enseignes hors agglomération doivent suivre les dispositions de la ZP2b. La ZP3 en revanche est le résultat de longues réflexions visant à dédensifier l'affichage. Actuellement de nombreux axes d'entrée de ville ou de liaison vers les zones d'activités sont très affichés par des dispositifs de grands formats (rue Maurice Ravel, Avenue du Général Guiraud, Avenue des Etats Unis, Route de Nancy, Avenue du Général Sarrail).

- d'interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, y compris sur le mobilier urbain - d'apporter les précisions manquantes			Une réflexion a d'abord été menée à l'échelle de l'ensemble des axes pour dédensifier l'affichage. Cela a conduit à la définition d'un linéaire sur voie de 20m minimum pour implanter un dispositif publicitaire. Ce linéaire doit permettre de réduire de moitié le nombre de supports le long des axes précités. Dans un objectif de préservation de l'environnement poussée, la plupart des axes (actuellement très affichés) ont finalement été zonés en ZP1b interdisant totalement les supports scellés au sol. Les quelques axes zonés en ZP2 ou ZP3 doivent offrir quelques espaces d'affichage, notamment pour le fonctionnement économique des zones d'activités de manière à rendre le règlement acceptable et rendre sa mise en œuvre possible. Le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaitre précisément l'état de l'affichage existant. Des dispositifs publicitaires, notamment de mobilier urbain, sont actuellement implantés aux abords des monuments historiques. Il s'agit notamment d'abribus et de petits dispositifs. Les monuments historiques étant généralement situés en cœur de ville, ils sont au centre de secteurs ayant des enjeux économiques importants pour les communes. Les possibilités d'affichage offertes par le mobilier urbain permettent ainsi de concourir au dynamisme de l'activité commerciale tout en utilisant des formats adaptés au contexte piéton de ces espaces et ayant d'autres fonctions pour les communes. De plus la réintroduction des dispositifs publicitaires dans les secteurs mentionnés à l'article L.581.8 doit permettre de maintenir une qualité d'entretien des abri-voyageurs (que les communes auraient du mal à assumer seul, au détriment des voyageurs). Les erreurs du tableau récapitulatif seront corrigées.
* concernant les publicités : - interdire celles scellées au sol, hormis éventuellement en zone d'activités avec limitation à 2 m²		1	Les enseignes scellées au sol sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public et où elles offrent une information complémentaire, notamment en zone d'activité pour indiquer l'entrée d'un parking par exemple. Les formats ont été adaptés aux différents contextes urbains. Ainsi les formats sont plus importants au sein des zones d'activités où les parcelles sont de plus grandes dimensions, les axes plus larges et les bâtiments en retrait du domaine public.

- interdire celles numériques, hormis éventuellement en ZP2a, avec limitation à 1 m² - interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles			Concernant les enseignes posées au sol, leur implantation ne peut se faire au détriment du respect des normes PMR. Il n'est donc pas nécessaire d'ajouter cette disposition. Si la publicité numérique a été autorisée au sein de la zone du Chêne Saint Amand, il est également important de noter que les enseignes numériques y ont été totalement interdites de manière à privilégier des espaces d'affichages numériques collectifs plutôt qu'individuels. Le Règlement Local de Publicité intercommunal s'appuie pourtant sur un diagnostic ayant fait apparaitre l'existence de plusieurs enseignes numériques qui seront, de fait, supprimées. Le Règlement Local de Publicité intercommunal ne pouvant pas créer d'interdiction absolue d'un type de support publicitaire, les dispositifs ont donc été maintenus ponctuellement. Les formats proposés sont cohérents avec ceux de l'affichage papier afin qu'il ne puisse être reproché une impossibilité d'affichage faisant courir un risque juridique au document. Des règles de densité ont été ajoutées de manière à interdire l'implantation sur de petites parcelles et éviter ainsi les effets de surdensité. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3. Les bâches publicitaires de grandes dimensions font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites. Cette procédure d'autorisation étant extrêmement encadrée et évaluée au cas par cas, il n'a pas été jugé nécessaire d'ajouter une autre règle à ce type de dispositif déjà bien encadré.
* concernant le mobilier urbain : - interdire les publicités numériques - limiter la publicité à une seule face pour les abris voyageurs - placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation - instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)		1	Le RLP ne peut pas créer d'interdiction générale d'un type de publicité (et donc de la publicité numérique). Pour le mobilier urbain d'information, les informations municipales seront visibles dans le sens principal de circulation, mais cela restera à 2 faces. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.

- interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants			Etant donné que l'interdiction de mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants est considérée comme une erreur rédactionnelle, ce type de support a été autorisé de manière à rendre notamment possible la mise en place de réels abris-voyageurs entretenus par un prestataire qui concourraient ainsi au confort dans l'usage des transports en commune.
* concernant les enseignes : - limiter à 6 m² sur chaque façade supérieure à 50 m² - limiter à 4 m² sur chaque façade inférieure à 50 m²		2	Fixer une surface maximale ne permet pas de s'adapter à l'architecture des bâtiments et de ce fait peu avoir l'effet inverse à celui recherché : ne pas permettre l'insertion optimale de l'enseigne dans son environnement architectural. Si l'on doit restreindre la surface des enseignes en façade, mieux vaut imposer un pourcentage maximal de façade, comme c'est le cas dans la RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ. En sachant que des mesures plus restrictives ont d'ores et déjà été prises en imposant une hauteur maximale d'enseigne d'1/5 de la hauteur de la devanture commerciale et que d'autres mesures d'implantation harmonieuse des enseignes en façade ont été mises en place dans le Règlement Local de Publicité intercommunal, afin d'assurer une insertion optimale et cohérente de l'enseigne. Par ailleurs, ces mesures, sans imposer des surfaces permettent de limiter les formats des enseignes.
- imposer l'extinction des enseignes lumineuses 1 h après la fermeture de l'établissement, et le rétablissement seulement 1 h avant l'ouverture			Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ).** Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3. Les enseignes scellées au sol sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public et où elles offrent une information complémentaire, notamment en zone d'activité pour indiquer l'entrée d'un parking par exemple.
- interdire les enseignes scellées au sol, hormis si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique. A défaut, limiter à 2 m² en toutes zones			

- interdire les enseignes sur toiture également en ZP2, ou à défaut limiter à 8 m² - appliquer aux enseignes hors agglomération les mêmes dispositions - obliger à un espace minimum de 1,40 m aux enseignes posées au sol pour le passage des piétons			Les formats ont été adaptés aux différents contextes urbains. Ainsi les formats sont plus importants au sein des zones d'activités où les parcelles sont de plus grandes dimensions, les axes plus larges et les bâtiments en retrait du domaine public. Les typologies bâties en ZP2 étant très différentes de celles des autres zones, les dispositifs qui y sont autorisés ont été adaptés. Ainsi les enseignes en toiture y sont autorisées. Le fait de ne pas avoir défini de format ne doit pas être vu comme un signe de laxisme. Le Code de l'Environnement défini en effet un cadre très strict pour l'implantation des enseignes en toiture. Les enseignes en toiture qui respectent ce cadre sont de petit format car la prise au vent des lettres ne supporterait pas des surfaces « énormes » en respectant les notions de non-visibilité des supports. Le choix a donc été fait de ne pas ajouter des points règlementaires dans le RLP mais de faire appliquer strictement la règlementation nationale en vue de préserver la qualité de ces secteurs. Ce point sera intégré en ZP2b. Concernant les enseignes posées au sol, leur implantation ne peut se faire au détriment du respect des normes PMR. Il n'est donc pas nécessaire d'ajouter cette disposition.
Daniel BESNARD (1)			
Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique Diminuer vraiment la surface et la densité de certains dispositifs Limiter au maximum les lumineux	Règlement	1	Le projet a été mené de manière à intégrer les enjeux de transition écologique tout en prenant en considération le contexte juridique du document (impossibilité de faire une interdiction générale et absolue d'un type de publicité) et les besoins économiques des activités du territoire. La publicité a été ainsi très encadrée, en particulier la publicité numérique qui n'a ainsi été autorisée que dans un secteur très limité. Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ).** Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.

Compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones	Règlement	3	Une demande du territoire et notamment des services instructeurs a été de disposer d'un règlement mobilisable zone par zone. A l'instruction il est ainsi possible de n'utiliser que le volet lié à la zone et d'avoir ainsi sous les yeux la quasi-totalité des dispositions qui s'y rapportent. Il n'est donc pas prévu de réorganiser le document.
Limiter à 5 zones de publicité maximum, en supprimant les ZP2c et ZP3 Enfin, la ville de St Dizier a un grand projet de coeur de ville dont un projet de « coeur commercial piéton ». Il serait nécessaire (et logique) d'intégrer ce secteur dans la ZP0 ainsi que l'église Notre Dame voisine et le parc du château sous les remparts. Toute cette zone serait ainsi reliée au parc du Jard déjà en ZP0 et créerait un grand secteur protégé débarrassé de toute publicité. Corriger erreur et apporter précisions.	Règlement	1	La suppression de la ZP2c sera effectuée en indiquant que l'ensemble des enseignes hors agglomération doivent suivre les dispositions de la ZP2b. La ZP3 en revanche est le résultat de longues réflexions visant à dédensifier l'affichage. Actuellement de nombreux axes d'entrée de ville ou de liaison vers les zones d'activités sont très affichés par des dispositifs de grands formats (rue Maurice Ravel, Avenue du Général Guiraud, Avenue des Etats Unis, Route de Nancy, Avenue du Général Sarrail). Une réflexion a d'abord été menée à l'échelle de l'ensemble des axes pour dédensifier l'affichage. Cela a conduit à la définition d'un linéaire sur voie de 20m minimum pour implanter un dispositif publicitaire. Ce linéaire doit permettre de réduire de moitié le nombre de supports le long des axes précités. Dans un objectif de préservation de l'environnement poussée, la plupart des axes (actuellement très affichés) ont finalement été zonés en ZP1b interdisant totalement les supports scellés au sol. Les quelques axes zonés en ZP2 ou ZP3 doivent offrir quelques espaces d'affichage, notamment pour le fonctionnement économique des zones d'activités de manière à rendre le règlement acceptable et rendre sa mise en œuvre possible. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3. Les erreurs du tableau récapitulatif seront corrigées.
Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, y compris sur le mobilier urbain	Règlement	2	Le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaitre précisément l'état de l'affichage existant. Des dispositifs publicitaires, notamment de mobilier urbain, sont actuellement implantés aux abords des monuments historiques. Il s'agit notamment d'abribus et de petits dispositifs. Les monuments historiques étant généralement situés en cœur de ville, ils sont au centre de secteurs ayant des enjeux économiques importants pour les communes. Les possibilités d'affichage offertes par le mobilier urbain permettent ainsi de concourir au

			dynamisme de l'activité commerciale tout en utilisant des formats adaptés au contexte piéton de ces espaces et ayant d'autres fonctions pour les communes. De plus la réintroduction des dispositifs publicitaires dans les secteurs mentionnés à l'article L.581.8 doit permettre de maintenir une qualité d'entretien des abri-voyageurs (que les communes auraient du mal à assumer seul, au détriment des voyageurs).
Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activités limitées à 2 m²	Règlement	2	Une longue réflexion a été menée en vue de dédensifier l'affichage de grand format sur le territoire actuellement très présent le long de nombreux axes (rue Maurice Ravel, Avenue du Général Guiraud, Avenue des Etats Unis, Route de Nancy, Avenue du Général Sarrail). Une réflexion a d'abord été menée à l'échelle de l'ensemble des axes pour dédensifier l'affichage. Cela a conduit à la définition d'un linéaire sur voie de 20m minimum pour implanter un dispositif publicitaire. Ce linéaire doit permettre de réduire de moitié le nombre de supports le long des axes précités. Les quelques axes préservant des possibilités d'affichage (zonés en ZP2 ou ZP3) doivent offrir quelques espaces d'affichage, notamment pour le fonctionnement économique des zones d'activités de manière à rendre le règlement acceptable et rendre sa mise en œuvre possible.
Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en ZP2a, limitée à 1 m2.	Règlement	1	Si la publicité numérique a été autorisée au sein de la zone du Chêne Saint Amand, il est également important de noter que les enseignes numériques y ont été totalement interdites de manière à privilégier des espaces d'affichages numériques collectifs plutôt qu'individuels. Le Règlement Local de Publicité intercommunal s'appuie pourtant sur un diagnostic ayant fait apparaitre l'existence de plusieurs enseignes numériques qui seront, de fait, supprimées. Le Règlement Local de Publicité intercommunal ne pouvant pas créer d'interdiction absolue d'un type de support publicitaire, les dispositifs ont donc été maintenus ponctuellement. Les formats proposés sont cohérents avec ceux de l'affichage papier afin qu'il ne puisse être reproché une impossibilité d'affichage faisant courir un risque juridique au document. Des règles de densité ont été ajoutées de manière à interdire l'implantation sur de petites parcelles et éviter ainsi les effets de surdensité. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.

Limiter à 12 m2 la publicité sur les bâches de chantier. Interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles.	Règlement	3	La publicité sur les bâches de chantier a souvent pour fonction de financer une partie des chantiers. La notion de préservation environnementale s'entend par une limitation de l'affichage, mais également par la non dégradation du bâti des communes. Ainsi il a été jugé plus profitable pour l'environnement d'autoriser un dispositif publicitaire temporaire afin de permettre la préservation du bâti communal que de laisser ce dernier se dégrader faute de financements. Les bâches publicitaires de grandes dimensions font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites. Cette procédure d'autorisation étant extrêmement encadrée et évaluée au cas par cas, il n'a pas été jugé nécessaire d'ajouter une autre règle à ce type de dispositif déjà bien encadré.
Interdire le numérique. Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à une seule face. Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation. Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants) Interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants	Règlement	1	Le RLP ne peut pas créer d'interdiction générale d'un type de publicité (et donc de la publicité numérique). Pour le mobilier urbain d'information, les informations municipales seront visibles dans le sens principal de circulation, mais cela restera à 2 faces. Etant donné que l'interdiction de mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants est considérée comme une erreur rédactionnelle, ce type de support a été autorisée de manière à rendre notamment possible la mise en place de réels abris-voyageurs entretenus par un prestataire qui concourraient ainsi au confort dans l'usage des transports en commune. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : . Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.
Limiter à 6 m2 pour chaque façade supérieure à 50 m2 Limiter à 4 m2 pour chaque façade inférieure à 50 m2	Règlement	2	Fixer une surface maximale ne permet pas de s'adapter à l'architecture des bâtiments et de ce fait peu avoir l'effet inverse à celui recherché : ne pas permettre l'insertion optimale de l'enseigne dans son environnement architectural. Si l'on doit restreindre la surface des enseignes en façade, mieux vaut imposer un pourcentage maximal de façade, comme c'est le cas dans la RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ. En sachant que des mesures plus restrictives ont d'ores et déjà été prises en imposant une hauteur maximale d'enseigne d'1/5 de la hauteur de la devanture commerciale et que d'autres mesures d'implantation harmonieuse des enseignes en façade ont été mises en place dans le Règlement Local de Publicité intercommunal, afin d'assurer une insertion optimale et

			cohérente de l'enseigne. Par ailleurs, ces mesures, sans imposer des surfaces permettent de limiter les formats des enseignes.
Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.	Règlement	3	L'intégration de cette proposition peut être intéressante, elle pose cependant la question du contrôle. Une règle d'extinction uniforme permet de réaliser une ronde à une heure donnée pour vérifier le respect de la disposition par les commerçants. Une extinction selon les heures de fermeture nécessite en revanche d'être en possession des horaires de l'ensemble des commerçants. Elle pose ainsi des difficultés en termes de contrôle de son application. Au vu de ces difficultés, l'horaire 22h-6h sera maintenu.
Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique. A défaut, limiter à 2m2 en toutes zones. Enseignes posées au sol : espace minimum de 1,40m pour le passage des piétons	Règlement	2	Les enseignes scellées au sol sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public et où elles offrent une information complémentaire, notamment en zone d'activité pour indiquer l'entrée d'un parking par exemple. Les formats ont été adaptés aux différents contextes urbains. Ainsi les formats sont plus importants au sein des zones d'activités où les parcelles sont de plus grandes dimensions, les axes plus larges et les bâtiments en retrait du domaine public. Concernant les enseignes posées au sol, leur implantation ne peut se faire au détriment du respect des normes PMR. Il n'est donc pas nécessaire d'ajouter cette disposition.
Interdire les enseignes sur toiture également en ZP2, ou à défaut limiter à 8m2.	Règlement	2	Les typologies bâties en ZP2 étant très différentes de celles des autres zones, les dispositifs qui y sont autorisés ont été adaptés. Ainsi les enseignes en toiture y sont autorisées. Le fait de ne pas avoir défini de format ne doit pas être vu comme un signe de laxisme. Le Code de l'Environnement défini en effet un cadre très strict pour l'implantation des enseignes en toiture. Les enseignes en toiture qui respectent ce cadre sont de petit format car la prise au vent des lettres ne supporterait pas des surfaces « énormes » en respectant les notions de non visibilité des supports. Le choix a donc été fait de ne pas ajouter des points règlementaires dans le RLP mais de faire appliquer strictement la règlementation nationale en vue de préserver la qualité de ces secteurs.
Appliquer aux enseignes hors agglomération les dispositions concernant la ZP2b.	Règlement	2	Ce point sera intégré.
Interdire les publicités et enseignes numériques placées à l'intérieur des vitrines ou des	Règle	3	L'implantation à l'intérieur des vitrines sera autorisée, pour toutes les enseignes et les publicités **lumineuses y compris numériques** dans **une limite de surface maximale**

baies d'un local à usage commercial et visibles d'une voie publique : - Autoriser uniquement les dispositifs éclairés par projection ou transparence - Appliquer à ces dispositifs les règles d'extinction des publicités lumineuses - Adapter en conséquence le rapport de présentation	mc nt		**cumulée fixée à 0,1 m². Ces dispositifs et enseignes suivent les horaires d'extinction nocturne fixés par le RLPi de 22h à 6h.**
Didier LANDRY – Maire de Rachecourt-sur-Marne			
Le classement de la zone communale proposée ne correspond pas au secteur et à l'activité commerciale existante dans le village. En effet, la commune accueille de nombreux commerces et entreprises artisanales ainsi que des services de santé. Nous demandons que l'emprise de l'Avenue de Belgique, l'Avenue de Wassy ainsi que la rue de l'Aurore soient intégrées en zone ZP1b et les zones artisanales en ZP2b.	Rè gle me nt	2	La commune exprime le souhait de préserver et valoriser les commerces et entreprises artisanales présentes sur le territoire. Dans ce sens, il faut noter que la réglementation au sein de la ZP1a actuellement définie et la ZP1b souhaitée est la même en matière d'enseignes. La seule différence entre ces zonages correspond à l'autorisation des publicités murales jusqu'à 4m² en ZP1b. Certaines publicités murales existent d'ores et déjà sur l'Avenue de Belgique. Il est proposé de passer cet axe en ZP1b. Néanmoins, les deux autres axes proposés sont essentiellement bordés d'habitat de village ou type pavillonnaire sont lesquels un enjeu de préservation du cadre de vie est identifié, d'autant plus qu'ils n'accueillent pas aujourd'hui de dispositifs. Dans ce sens, ces axes seront maintenus en ZP1a. La zone artisanale existante sera intégrée aux limites d'agglomération et en ZP2b. Seules les parties construites pouvant être réglementées, la seconde zone évoquée ne fera pas l'objet d'un zonage ZP2b. Le dossier sera donc partiellement modifié.
Daniel BESNARD (2)			
Chapitre 1 : Les publicités lumineuses, dont numériques, doivent être interdites sur tout le territoire : elles sont accidentogènes, agressives, gaspilleuses d'énergie (économisons la).		1	Le projet a été mené de manière à intégrer les enjeux de transition écologique tout en prenant en considération le contexte juridique du document (impossibilité de faire une interdiction générale et absolue d'un type de publicité) et les besoins économiques des activités du territoire. La publicité a été ainsi très encadrée, en particulier la publicité numérique qui n'a ainsi été autorisée que dans un secteur très limité. Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ).**

Enseignes : un délai de 6 ans pour la mise en conformité est bien trop long : 3 ans doivent suffirent.			Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3. Les délais de mise en conformité sont fixés par le code de l'environnement à l'article L581-43 modifié par le décret du 9 juillet 2013 abaissant le délai de mise en conformité des publicités et pré-enseignes. La collectivité ne peut réduire ces délais dans le cadre du Règlement Local de Publicité intercommunal. Ainsi, à l'approbation du Règlement Local de Publicité intercommunal, les enseignes disposeront de 6 ans pour se mettre en conformité avec les nouvelles règles et les dispositifs publicitaires disposeront de 2 ans.
Chapitre 2 : zones Le règlement annonce 4 zones de publicité, ce qui est déjà beaucoup ; mais des zones sont divisées : ZP1a et b, ZP2a, b et c, ce qui porte à 7 le nombre de zones, C'est beaucoup trop car cela rend le règlement complexe et difficilement applicable. Il faut ramener à 4 le nombre de zones en éliminant les subdivisions et (ou) en supprimant la ZP3 qui sinon se transformera en forêt de panneaux scellés au sol. Le fait que ces boulevards soient passants devrait interdire les gros panneaux de 10m² pour préserver le paysage urbain. ZP0 : ajouter dans cette zone le futur coeur commercial piéton, les jardins du château, l'église de Gigny et celle de Notre-Dame ; ZP2c : on ne voit pas son intérêt sauf à compliquer le règlement. A fusionner avec ZP2b ; ZP3 : à fusionner avec ZP1.		1	La suppression de la ZP2c sera effectuée en indiquant que l'ensemble des enseignes hors agglomération doivent suivre les dispositions de la ZP2b. La ZP3 en revanche est le résultat de longues réflexions visant à dédensifier l'affichage. Actuellement de nombreux axes d'entrée de ville ou de liaison vers les zones d'activités sont très affichés par des dispositifs de grands formats (rue Maurice Ravel, Avenue du Général Guiraud, Avenue des Etats Unis, Route de Nancy, Avenue du Général Sarrail). Une réflexion a d'abord été menée à l'échelle de l'ensemble des axes pour dédensifier l'affichage. Cela a conduit à la définition d'un linéaire sur voie de 20m minimum pour implanter un dispositif publicitaire. Ce linéaire doit permettre de réduire de moitié le nombre de supports le long des axes précités. Dans un objectif de préservation de l'environnement poussée, la plupart des axes (actuellement très affichés) ont finalement été zonés en ZP1b interdisant totalement les supports scellés au sol. Compte tenu de la vocation commerciale de la zone ciblée (futur cœur commercial piéton, les jardins du château, l'église de Gigny et celle de Notre-Dame) et des restrictions actuelles en ZP1a ainsi que de la maîtrise des aménagements par la collectivité, le zonage sera maintenu. En effet, seuls des dispositifs sur mobilier urbain à 2 m² sont autorisés au sein de ce secteur qui est donc particulièrement préservé.

Chapitre 3 : matériel Règles d'extinction : les enseignes lumineuses doivent être éteintes lorsque l'activité cesse : gaspillage d'énergie (économisons-la). On peut tolérer un allumage une demi-heure avant et une extinction une demi-heure après.		2	Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ).** Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.
Chapitre 4 : règles publicités et pré-enseignes : Règles communes : -répétition inutile du 1er paragraphe ; -supprimer la levée de l'interdiction de publicité au sein des périmètres de protection des monuments historiques. -ajouter : les dispositifs temporaires doivent suivre les mêmes règles que les dispositifs permanents.		1	Une demande du territoire et notamment des services instructeurs a été de disposer d'un règlement mobilisable zone par zone. A l'instruction il est ainsi possible de n'utiliser que le volet lié à la zone et d'avoir ainsi sous les yeux la quasi-totalité des dispositions qui s'y rapportent. Il n'est donc pas prévu de réorganiser le document. Le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaitre précisément l'état de l'affichage existant. Des dispositifs publicitaires, notamment de mobilier urbain, sont actuellement implantés aux abords des monuments historiques. Il s'agit notamment d'abribus et de petits dispositifs. Les monuments historiques étant généralement situés en cœur de ville, ils sont au centre de secteurs ayant des enjeux économiques importants pour les communes. Les possibilités d'affichage offertes par le mobilier urbain permettent ainsi de concourir au dynamisme de l'activité commerciale tout en utilisant des formats adaptés au contexte piéton de ces espaces et ayant d'autres fonctions pour les communes. De plus, il faut mentionner que la collectivité garde la main sur les dispositifs de mobilier urbain par le biais des conventions. Ce point ne sera donc pas modifié. La notion de préservation environnementale s'entend par une limitation de l'affichage, mais également par la non-dégradation du bâti des communes. Ainsi il a été jugé plus profitable pour l'environnement d'autoriser un dispositif publicitaire temporaire afin de permettre la préservation du bâti communal que de laisser ce dernier se dégrader faute de financements.

-interdire les publicités scellées au sol de plus de 2 m². ZP0 : interdire les publicités (sur palissade) de chantiers sauf si elles ont un rapport direct avec celui-ci. ZP1 : ZP1b interdire la publicité murale supérieure à 2 m² interdire les publicités de chantiers sauf si elles on un rapport direct avec celui-ci ; interdire les publicités sur bâches de chantiers ; interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles ; ZP2 : interdire les publicités de chantiers sauf si elles on un rapport direct avec celui-ci ; interdire les publicités sur bâches de chantiers ; interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles ; ZP3 : fusionner avec la ZP2.			Les enseignes scellées au sol sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public et où elles offrent une information complémentaire, notamment en zone d'activité pour indiquer l'entrée d'un parking par exemple. Les formats ont été adaptés aux différents contextes urbains. Ainsi les formats sont plus importants au sein des zones d'activités où les parcelles sont de plus grandes dimensions, les axes plus larges et les bâtiments en retrait du domaine public. Les publicités sur palissade seront interdites en ZP0 afin d'assurer une protection stricte de ces espaces protégés. Les dispositifs muraux doivent rester visibles et lisibles. Dans ce sens, la règle ne sera pas modifiée dans la mesure où une superficie de 2 m² apparaît insuffisante. La publicité sur les bâches de chantier a souvent pour fonction de financer une partie des chantiers. Dans ce sens, il n'est pas souhaitable de l'interdire. Les bâches publicitaires de grandes dimensions font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites. Cette procédure d'autorisation étant extrêmement encadrée et évaluée au cas par cas, il n'a pas été jugé nécessaire d'ajouter une autre règle à ce type de dispositif déjà bien encadré. La ZP3 est le résultat de longues réflexions visant à dédensifier l'affichage. Actuellement de nombreux axes d'entrée de ville ou de liaison vers les zones d'activités sont très affichés par des dispositifs de grands formats (rue Maurice Ravel, Avenue du Général Guiraud, Avenue des Etats Unis, Route de Nancy, Avenue du Général Sarrail).
Chapitre 5 : enseignes simplifier ce chapitre qui comporte de nombreuses répétitions et le rend particulièrement illisible (est-ce volontaire ?)		3	Une demande du territoire et notamment des services instructeurs a été de disposer d'un règlement mobilisable zone par zone. A l'instruction il est ainsi possible de n'utiliser que le volet lié à la zone et d'avoir ainsi sous les yeux la quasi-totalité des dispositions qui s'y rapportent. Il n'est donc pas prévu de réorganiser le document.

enseignes posées au sol sur domaine public : elles doivent laisser un libre passage de 1,5m de large au minimum sur les trottoirs (pas d'obstacle à la circulation piétonne).			Concernant les enseignes posées au sol, leur implantation ne peut se faire au détriment du respect des normes PMR. Il n'est donc pas nécessaire d'ajouter cette disposition.
Michèle Labouille			
En cette période où il est indispensable de limiter le réchauffement climatique, où l'état est condamné pour inaction climatique, il est absurde de continuer à installer les enseignes publicitaires lumineuses jour et nuit, pire à prévoir leur développement et leur multiplication. La multiplication des enseignes lumineuses est néfaste du point de vue : - de la surconsommation et du gaspillage des ressources énergétiques - de la protection du ciel nocturne et de la biodiversité. Je rejoins totalement les préconisations de Paysages de France et Belles Forêts Sur Marne pour la diminution de la densité et des surfaces des dispositifs lumineux.		1	Le projet a été mené de manière à intégrer les enjeux de transition écologique tout en prenant en considération le contexte juridique du document (impossibilité de faire une interdiction générale et absolue d'un type de publicité) et les besoins économiques des activités du territoire. La publicité a été ainsi très encadrée, en particulier la publicité numérique qui n'a ainsi été autorisée que dans un secteur très limité. Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ).** Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.
Union pour la Publicité Extérieure (UPE)			
Nous préconisons de bien préciser que la publicité éclairée par projection ou par transparence est soumise à déclaration préalable sur le fondement de l'article L581-9 du code de l'environnement.		3	Le règlement sera modifié afin de bien distinguer la réglementation qui s'applique à la fois pour les dispositifs éclairés par projection ou transparence et ceux numériques.
Afin de tenir compte des impératifs en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante : « *Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser* ».		3	La rédaction sera modifiée afin d'intégrer les enjeux de sécurité et de santé, sur le modèle proposé.
Nous demandons l'application du règlement national de publicité s'agissant des horaires d'extinction des publicités lumineuses sur domaine privé.		2	Le Code de l'environnement stipule que dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, le RLP doit fixer une plage d'extinction et que dans celles de moins de 800 000

			habitants celle-ci est fixée de 1h à 6h. Néanmoins, le RLP peut être plus restrictif sur ce volet. C'est dans ce sens que la règle d'extinction est portée de 22h à 6h. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.
7 zones de réglementations différentes sont instituées par le projet de règlement. Cela ne facilite pas une bonne application du projet de règlementation.		1	Les zones définies, au nombre de 4, l'ont été au regard des secteurs d'enjeux identifiés lors du diagnostic. Des sous-secteurs ont parfois été définis afin de mieux prendre en compte certains particularismes. Néanmoins, le règlement et le zonage restent clairs et lisibles quant aux règles à appliquer sur le territoire. Il faut noter qu'en fonction d'autres retours issus des consultations, le sous-secteur ZP2c sera cependant supprimé.
Nous suggérons de créer une zone spécifique pour le domaine ferroviaire avec l'introduction de règles particulières permettant le maintien de dispositifs publicitaires placés généralement dans un environnement moins urbanisé : • un dispositif publicitaire seul sur son emplacement ; • règle d'interdistance de 200 mètres entre chaque dispositif publicitaire ; • aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs publicitaires séparés par une voie routière ou par une voie ferrée. Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur les parvis, les règles pourraient être les suivantes : • Maintien des dispositifs doubles (« côte à côte » et double face) ; • Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée		1	Il n'est pas souhaité créer une nouvelle zone spécifique au domaine ferroviaire. En effet, si celui-ci a été intégré en ZP0 c'est en raison d'une volonté de protection maximale de ces vastes emprises au sein du territoire. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.
Il convient de modifier le paragraphe introductif de l'article susmentionné et d'y insérer la publicité murale parmi les publicités autorisées. *(aux dispositions applicables en ZP1)*		3	Il s'agit en effet d'une erreur matérielle. Les dispositifs muraux seront réintégrés au préambule de la zone. Le dossier sera précisé sur ce point.
Restreindre la communication extérieure à un format limité à 4 m² pour la publicité murale en ZP1 a un impact très fort sur la couverture globale de ce territoire.		2	La ZP1 est définie dans un but de préservation du cadre de vie du territoire. Le format autorisé tout en restant lisible et visible est adapté aux formes bâties. Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié.

C'est pourquoi, nous vous proposons d'instaurer en ZP1b un seul format standard et uniforme de 10,50 m² supportant une affiche de 8 m².			
De la même manière qu'en ZP1, nous suggérons que les secteurs comptant plus de 10 000 habitants soient ouverts à un seul et unique format standard reconnu nationalement et offrant une garantie de lisibilité aux annonceurs : • Surface de de 10,50 m² supportant une affiche de 8 m².		2	Les formats ont été définis afin d'assurer la préservation du cadre de vie. Ils ne seront pas revus au sein du règlement. Par ailleurs, la réglementation nationale de la publicité impose des formats à 4m² pour les communes de – de 10 000 habitants : ce format doit donc être reconnu par la profession.
Dans un souci de simplification réglementaire et de standardisation, nous souhaitons dans les secteurs comptant plus de 10 000 habitants, un seul format : • Surface de de 10,50 m² supportant une affiche de 8 m².		2	Comme pour les précédentes propositions, il n'est pas souhaité harmoniser les formats autorisés au maximum que la RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ le permet. La définition de ces formats adaptés aux zones de publicité découle du diagnostic et de nombreux échanges techniques et validations politiques. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.
Il conviendra de modifier en ce sens le tableau reproduit à la page 26 du projet de règlement et d'y intégrer, pour les ZP1b et ZP2a le format de 10,50 m² pour les publicités murales et en ZP3, le format de 10,50 m² pour les publicités scellées au sol.		2	Il n'est pas souhaité reprendre le dossier sur les formats comme expliqué précédemment. Dans ce sens, le tableau ne sera pas repris.
Dans le but d'une continuité de l'offre limitant les coûts de remplacement, nous souhaitons conserver ces aménagements d'éclairage, et donc autoriser la présence d'éléments de débord.		3	Un certain esthétisme est recherché pour les futurs dispositifs publicitaires et il est souhaité un encadrement simple sans éléments rajoutés ou débordant des limites des dispositifs publicitaires y compris pour les systèmes d'éclairage. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.
[*en référence au principe d'éclairage et d'intensité des dispositifs lumineux*] L'obligation de ne pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural est beaucoup trop générale et peut entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le Règlement Local de Publicité intercommunal ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, cette obligation implique une appréciation subjective et ne repose pas sur des éléments précis. En outre, une telle obligation est difficile à définir et peut se heurter à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la		2	Le code de l'environnement ne réglemente pas aujourd'hui l'intensité de l'éclairage lumineux. Bien qu'un décret soit en attente sur ce point, rien ne permet aujourd'hui de déterminer plus précisément ces aspects. C'est la raison pour laquelle, en souhaitant assurer un point d'attention des porteurs de projet par rapport à la qualité du cadre de vie, a été proposé la règle de non atteinte à la qualité de l'environnement et du paysage. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.

norme tel qu'appliqué par les juridictions administratives aux Règlement Local de Publicité intercommunal (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N° 17PA23182). Pour toutes ces raisons, nous souhaitons le retrait de ces dispositions.			
[*en référence à la définition de la clôture*] L'adjectif « ajouré » ne désigne pas uniquement ce qui est « ouvert » mais également ce qui laisse « passer la lumière ». Or, un mur de briques de verre n'est pas considéré, au terme de la jurisprudence, comme une ouverture au sens du code de l'environnement. Il laisse néanmoins passer la lumière. Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens.		3	L'adjectif « ajouré » signifie « *percé de jours* » ou « *percé d'ouvertures laissant passer la lumière* », ce qui n'est pas le cas de l'exemple donné du mur en briques de verre. Le terme d' « ajouré » sera précisé dans la définition de la clôture. Le dossier sera modifié sur ce point.
Afin de ne pas contrevenir aux règlements de voirie existants ou à venir, il est nécessaire de ne pas limiter les palissades à « une clôture constituée de panneaux pleins et masquant ». Il conviendrait de compléter la définition comme suit : « *Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé* ». Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens.		3	Conformément à la proposition et sans contrevenir aux possibilités d'installation de palissades, la définition sera amendée. Le dossier sera modifié sur ce point.
La définition du rétroéclairage ne tient pas compte du cas des publicités et préenseignes rétroéclairées.		3	Cette définition sera complétée.
Michèle Labouille			
En cette période où il est indispensable de limiter le réchauffement climatique, où l'état est condamné pour inaction climatique, il est absurde de continuer à installer les enseignes publicitaires lumineuses jour et nuit, pire à prévoir leur développement et leur multiplication. La multiplication des enseignes lumineuses est néfaste du point de vue :		1	Le projet a été mené de manière à intégrer les enjeux de transition écologique tout en prenant en considération le contexte juridique du document (impossibilité de faire une interdiction générale et absolue d'un type de publicité) et les besoins économiques des activités du territoire. La publicité a été ainsi très encadrée, en particulier la publicité numérique qui n'a ainsi été autorisée que dans un secteur très limité. Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ).**

- de la surconsommation et du gaspillage des ressources énergétiques, - de la protection du ciel nocturne et de la biodiversité. Je rejoins totalement les préconisations de Paysages de France et Belles Forêts Sur Marne pour la diminution de la densité et des surfaces des dispositifs lumineux.			Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3. Concernant l'avis de France Paysages, les réponses sont apportées dans le tableau des PPA.
JC DECAUX			
		2	Cet avis n'étant mis à jour que sur la forme (orthographe et ponctuation), les réponses à l'avis envoyé lors de la consultation des partenaires (autre tableau) sont identiques.
Martine Godfroy			
Le projet décrit oublie les nouveaux enjeux environnementaux. La publicité numérique est très énergivore, alors que nous devrions maîtriser notre demande en énergie. Quel est l'intérêt de laisser 24h sur 24h ces publicités lumineuses ? C'est aussi très perturbateur pour les animaux nocturnes. Il s'agit d'une agression visuelle et d'une pression publicitaire, de plus très envahissante.		1	Le projet a été mené de manière à intégrer les enjeux de transition écologique tout en prenant en considération le contexte juridique du document (impossibilité de faire une interdiction générale et absolue d'un type de publicité) et les besoins économiques des activités du territoire. La publicité a été ainsi très encadrée, en particulier la publicité numérique qui n'a ainsi été autorisée que dans un secteur très limité. Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RÈGLEMENT NATIONAL DE PUBLICITÉ).** Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3. Si la publicité numérique a été autorisée au sein de la zone du Chêne Saint Amand, il est également important de noter que les enseignes numériques y ont été totalement interdites de manière à privilégier des espaces d'affichages numériques collectifs plutôt qu'individuels. Le Règlement Local de Publicité intercommunal s'appuie pourtant sur un

Les messages délivrés ne me paraissent pas primordiaux. Lire la date, l'heure et la météo sur le panneau à l'entrée de la zone du Chêne St Amand ne me paraissent pas très utiles, mais plutôt un gaspillage d'énergie. Une information me paraitrait plus utile : donner en temps réel, sur une petite publicité numérique, les valeurs de la qualité de l'air. Là, l'écran numérique prendrait tout son sens en informant la population. J'émets un avis défavorable à ce règlement local.			diagnostic ayant fait apparaitre l'existence de plusieurs enseignes numériques qui seront, de fait, supprimées. Le Règlement Local de Publicité intercommunal ne pouvant pas créer d'interdiction absolue d'un type de support publicitaire, les dispositifs ont donc été maintenus ponctuellement. Les formats proposés sont cohérents avec ceux de l'affichage papier afin qu'il ne puisse être reproché une impossibilité d'affichage faisant courir un risque juridique au document. Des règles de densité ont été ajoutées de manière à interdire l'implantation sur de petites parcelles et éviter ainsi les effets de surdensité. Le Règlement Local de Publicité intercommunal ne réglemente pas les contenus de publicité exposée, donc de l'écran numérique.

Le Président,

Quentin BRIÈRE

Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der & Blaise

RLPi

de Saint-Dizier, Der& Blaise
Agglomération

MEMOIRE EN REPONSE

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES ET DES PARTENAIRES (JUIN 2020 - MARS 2021)

even CONSEIL

SOGEFI Ingénierie Géomatique

Saint-Dizier Der & Blaise Agglomération

NB : Ce mémoire en réponse est destiné à la Commission d'enquête publique qui indique dans son procès-verbal vouloir obtenir les réponses aux avis des partenaires en même temps que les réponses au public. Il est destiné à faciliter la compréhension du dossier ainsi que les changements à venir pour l'approbation du RLPi final. Les réponses sont présentées sous forme de tableau afin d'en simplifier la lecture. Des questions identiques trouvent cependant des réponses identiques, d'où certaines répétitions. Les remarques du public reprennent en partie celles-ci mais apportent également des éléments nouveaux : les 2 mémoires sont donc à lire pour une meilleure compréhension.

Nomenclature :

Réponse :

Refusé
Majoritairement refusé
Majoritairement accepté
Accepté
Hors-sujet

Priorité :

1 : important

2 : moyennement important

3 : secondaire

Observations	Pièce concernée	Importance + acceptation	Réponse CASDDB
Avis de Marne Nature Environnement – Avis défavorable			
Si ce nouveau règlement relève bien un certain niveau d'exigences concernant l'affichage urbain des publicités, il ouvre malheureusement la voie de la publicité numérique. Ces installations sont très énergivores, elles perturbent la vie animale nocturne et sont souvent disgracieuses, pouvant aussi gêner la circulation automobile. La possibilité d'ouvrir sur la zone concernée, un équipement par unité foncière, nous paraît aussi excessif. Voilà pourquoi nous donnons un avis défavorable à ce règlement local.	Règlement	1	Le RLPi ne peut pas faire d'interdiction générale et absolue. Par conséquent un secteur d'autorisation de publicité numérique a été maintenu. Pour limiter dans ce secteur la publicité numérique, des règles de densité strictes ont été définies. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3. De plus les enseignes numériques ont été intégralement interdites alors que plusieurs sont installées, notamment au niveau de la zone du Chêne Saint Amand.
UDAP de la Haute-Marne			
L'UDAP souhaite procéder à la modification des périmètres de protection d'un rayon de 500 mètres autour du ou des monuments historiques du département de la Haute-Marne en Périmètres délimités des abords (PDA).	Zonage	3	Le périmètre de 500m ou PDA existant n'est repris tel quel dans le zonage que pour la ville de Saint Dizier. Ce changement ne devrait donc pas impacter le RLPi.
Avis de Paysage de France – Avis défavorable			
Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique Diminuer vraiment la surface et la densité de certains dispositifs Limiter au maximum les lumineux	Règlement	1	Le projet a été mené de manière à intégrer les enjeux de transition écologique tout en prenant en considération le contexte juridique du document (impossibilité de faire une interdiction générale et absolue d'un type de publicité) et les besoins économiques des activités du territoire. La publicité a été ainsi très encadrée, en particulier la publicité numérique qui n'a ainsi été autorisée que dans un secteur très limité. Des dispositions visant à limiter les pollutions lumineuses ont été intégrées et notamment des règles d'extinction nocturne

			particulièrement étendues : entre **22 heures et 6 heures (au lieu de 1h-6h au RNP).** Les publicités ont été très limitées par rapport à l'existant (notamment par la définition de nombreux secteurs d'interdiction et la définition de règles de densité) et les enseignes numériques ont été intégralement interdites. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.
Compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones	Règlement	3	Une demande du territoire et notamment des services instructeurs a été de disposer d'un règlement mobilisable zone par zone. A l'instruction il est ainsi possible de n'utiliser que le volet lié à la zone et d'avoir ainsi sous les yeux la quasi-totalité des dispositions qui s'y rapportent. Il n'est donc pas prévu de réorganiser le document.
Limiter à 5 zones de publicité maximum, en supprimant les ZP2c et ZP3 Enfin, la ville de St Dizier a un grand projet de coeur de ville dont un projet de « cœur commercial piéton ». Il serait nécessaire (et logique) d'intégrer ce secteur dans la ZP0 ainsi que l'église Notre Dame voisine et le parc du château sous les remparts. Toute cette zone serait ainsi reliée au parc du Jard déjà en ZP0 et créerait un grand secteur protégé débarrassé de toute publicité.	Règlement	1	La suppression de la ZP2c sera effectuée en indiquant que l'ensemble des enseignes hors agglomération doivent suivre les dispositions de la ZP2b. La ZP3 en revanche est le résultat de longues réflexions visant à dédensifier l'affichage. Actuellement de nombreux axes d'entrée de ville ou de liaison vers les zones d'activités sont très affichés par des dispositifs de grands formats (rue Maurice Ravel, Avenue du Général Guiraud, Avenue des Etats Unis, Route de Nancy, Avenue du Général Sarrail). Une réflexion a d'abord été menée à l'échelle de l'ensemble des axes pour dédensifier l'affichage. Cela a conduit à la définition d'un linéaire sur voie de 20m minimum pour implanter un dispositif publicitaire. Ce linéaire doit permettre de réduire de moitié le nombre de supports le long des axes précités. Dans un objectif de préservation de l'environnement poussée, la plupart des axes (actuellement très affichés) ont finalement été zonés en ZP1b interdisant totalement les supports scellés au sol.

Corriger erreur et apporter précisions			Les quelques axes zonés en ZP2 ou ZP3 doivent offrir quelques espaces d'affichage, notamment pour le fonctionnement économique des zones d'activités de manière à rendre le règlement acceptable et rendre sa mise en œuvre possible. Les erreurs du tableau récapitulatif seront corrigées
Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, y compris sur le mobilier urbain	Règlement	2	Le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaitre précisément l'état de l'affichage existant. Des dispositifs publicitaires, notamment de mobilier urbain, sont actuellement implantés aux abords des monuments historiques. Il s'agit notamment d'abribus et de petits dispositifs. Les monuments historiques étant généralement situés en cœur de ville, ils sont au centre de secteurs ayant des enjeux économiques importants pour les communes. Les possibilités d'affichage offertes par le mobilier urbain permettent ainsi de concourir au dynamisme de l'activité commerciale tout en utilisant des formats adaptés au contexte piéton de ces espaces et ayant d'autres fonctions pour les communes. De plus la réintroduction des dispositifs publicitaires dans les secteurs mentionnés à l'article L.581.8 doit permettre de maintenir une qualité d'entretien des abri-voyageurs (que les communes auraient du mal à assumer seul, au détriment des voyageurs).
Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activités limitées à 2 m²	Règlement	2	Une longue réflexion a été menée en vue de dédensifier l'affichage de grand format sur le territoire actuellement très présent le long de nombreux axes (rue Maurice Ravel, Avenue du Général Guiraud, Avenue des Etats Unis, Route de Nancy, Avenue du Général Sarrail). Une réflexion a d'abord été menée à l'échelle de l'ensemble des axes pour dédensifier l'affichage. Cela a conduit à la définition d'un linéaire sur voie de 20m minimum pour implanter un dispositif publicitaire. Ce linéaire doit permettre de réduire de moitié le nombre de supports le long des axes précités. Les quelques axes préservant des possibilités d'affichage (zonés en ZP2 ou ZP3) doivent offrir quelques espaces d'affichage, notamment pour le fonctionnement économique des zones d'activités de manière à rendre le règlement acceptable et rendre sa mise en œuvre possible.

Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en ZP2a, limitée à 1 m2.	Règlement	1	Si la publicité numérique a été autorisée au sein de la zone du Chêne Saint Amand, il est également important de noter que les enseignes numériques y ont été totalement interdites de manière à privilégier des espaces d'affichages numériques collectifs plutôt qu'individuels. Le RLPi s'appuie pourtant sur un diagnostic ayant fait apparaitre l'existence de plusieurs enseignes numériques qui seront, de fait, supprimées. Le RLPi ne pouvant pas créer d'interdiction absolue d'un type de support publicitaire, les dispositifs ont donc été maintenus ponctuellement. Les formats proposés sont cohérents avec ceux de l'affichage papier afin qu'il ne puisse être reproché une impossibilité d'affichage faisant courir un risque juridique au document. Des règles de densité ont été ajoutées de manière à interdire l'implantation sur de petites parcelles et éviter ainsi les effets de surdensité. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.
Limiter à 12 m2 la publicité sur les bâches de chantier. Interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles.	Règlement	2	La publicité sur les bâches de chantier a souvent pour fonction de financer une partie des chantiers. La notion de préservation environnementale s'entend par une limitation de l'affichage, mais également par la non dégradation du bâti des communes. Ainsi il a été jugé plus profitable pour l'environnement d'autoriser un dispositif publicitaire temporaire afin de permettre la préservation du bâti communal que de laisser ce dernier se dégrader faute de financements. Les bâches publicitaires de grandes dimensions font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites. Cette procédure d'autorisation étant extrêmement encadrée et évaluée au cas par cas, il n'a pas été jugé nécessaire d'ajouter une autre règle à ce type de dispositif déjà bien encadré.

Interdire le numérique. Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à une seule face. Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation. Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants) Interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants	Règlement	1	Le RLP ne peut pas créer d'interdiction générale d'un type de publicité (et donc de la publicité numérique). Pour le mobilier urbain d'information, les informations municipales seront visibles dans le sens principal de circulation, mais cela restera à 2 faces. Cependant, la dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : Les publicités murales et scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3. Etant donné que l'interdiction de mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants est considérée comme une erreur rédactionnelle, ce type de support a été autorisée de manière à rendre notamment possible la mise en place de réels abris-voyageurs entretenus par un prestataire qui concourraient ainsi au confort dans l'usage des transports en commune.
Limiter à 6 m2 pour chaque façade supérieure à 50 m2 Limiter à 4 m2 pour chaque façade inférieure à 50 m2	Règlement	2	Fixer une surface maximale ne permet pas de s'adapter à l'architecture des bâtiments et de ce fait peu avoir l'effet inverse à celui recherché : ne pas permettre l'insertion optimale de l'enseigne dans son environnement architectural. Si l'on doit restreindre la surface des enseignes en façade, mieux vaut imposer un pourcentage maximal de façade, comme c'est le cas dans la RNP. En sachant que des mesures plus restrictives ont d'ores et déjà été prises en imposant une hauteur maximale d'enseigne d'1/5 de la hauteur de la devanture commerciale et que d'autres mesures d'implantation harmonieuse des enseignes en façade ont été mises en place dans le RLPi, afin d'assurer une insertion optimale et cohérente de l'enseigne. Par ailleurs, ces mesures, sans imposer des surfaces permettent de limiter les formats des enseignes.
Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.	Règlement	2	L'intégration de cette proposition peut être intéressante, elle pose cependant la question du contrôle. Une règle d'extinction uniforme permet de réaliser une ronde à une heure donnée pour vérifier le respect de la disposition par les commerçants. Une extinction selon les

-			heures de fermeture nécessite en revanche d'être en possession des horaires de l'ensemble des commerçants. Elle pose ainsi des difficultés en termes de contrôle de son application. Au vu de ces difficultés, l'horaire 22h-6h sera maintenu.
Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique. A défaut, limiter à 2m2 en toutes zones. Enseignes posées au sol : espace minimum de 1,40m pour le passage des piétons	Règlement	2	Les enseignes scellées au sol sont autorisées, dans la mesure où elles peuvent permettre de rendre visible une activité située en retrait du domaine public et où elles offrent une information complémentaire, notamment en zone d'activité pour indiquer l'entrée d'un parking par exemple. Les formats ont été adaptés aux différents contextes urbains. Ainsi les formats sont plus importants au sein des zones d'activités où les parcelles sont de plus grandes dimensions, les axes plus larges et les bâtiments en retrait du domaine public. Concernant les enseignes posées au sol, leur implantation ne peut se faire au détriment du respect des normes PMR. Il n'est donc pas nécessaire d'ajouter cette disposition.
Interdire les enseignes sur toiture également en ZP2, ou à défaut limiter à 8m2. -	Règlement	1	Les typologies bâties en ZP2 étant très différentes de celles des autres zones, les dispositifs qui y sont autorisés ont été adaptés. Ainsi les enseignes en toiture y sont autorisées. Le fait de ne pas avoir défini de format ne doit pas être vu comme un signe de laxisme. Le Code de l'Environnement défini en effet un cadre très strict pour l'implantation des enseignes en toiture. Les enseignes en toiture qui respectent ce cadre sont de petit format car la prise au vent des lettres ne supporterait pas des surfaces « énormes » en respectant les notions de non visibilité des supports. Le choix a donc été fait de ne pas ajouter des points règlementaires dans le RLP mais de faire appliquer strictement la règlementation nationale en vue de préserver la qualité de ces secteurs.
Appliquer aux enseignes hors agglomération les dispositions concernant la ZP2b.	Règlement	3	Ce point sera intégré.
Département de la Haute Marne – Avis favorable			

Après l'étude du dossier j'ai l'honneur de vous informer que les services du Département n'ont pas d'observation particulière à formuler. Toutefois le département reprécise que le RLPi doit être conforme au règlement de voirie départemental et en reprécise les articles portant sur la publicité en bordure des routes départementales.	Ensemble des pièces	3	Le RLPi est effectivement en cohérence avec le règlement de voirie. Dans le cas d'un point qui serait plus restrictif dans le règlement de voirie, c'est de toute façon ce dernier qui s'appliquera.
DDT de la Haute Marne – Avis favorable			
En l'absence d'enquête publique sur les PDA en cours, le RLPi doit tenir compte des périmètres actuellement en vigueur. **>> par avis modificatif du 25 octobre 2021, l'Etat invite à ne pas tenir compte de cette remarque (voir avis modificatif joint au dossier d'enquête publique).**	Règlement - Annexes	3	Les communes de Saint-Dizier et d'Eurville-Bienville sont concernées par des PDA. Pour les autres communes accueillant un patrimoine protégé, les rayons de protection qui s'appliquent seront amenés à évoluer car des projets de PDA ont été élaborés avec l'ABF 52 et validés pas les élus communaux. Le RLPi intègre d'ores et déjà ces évolutions futures pour garantir une simplicité d'instruction réglementaire. **Conformément aux propositions de l'avis modificatif, le rapport de présentation sera ajusté afin d'éviter toute confusion. Il indiquera que les interdictions de publicité dans les périmètres autour des monuments historiques tiennent compte des travaux préalables à la future définition de nouveaux PDA par l'Architecte des Bâtiments de France.**
Les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des espaces d'affichage dits « libres »		3	L'affiche libre ne relève pas du RLPi. Les surfaces minimums attribuées dans chaque commune à l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est fixée par l'article R.581-2 du Code de l'environnement.
Les arrêtés fixant les limites d'agglomération sont absents notamment pour les communes de la Haute Marne.	Annexes	3	Les arrêtés seront intégrés au dossier final.
Partie 1A Chapitre 1-1., Contexte législatif et réglementaire national (page 5). Il convient de préciser au dernier paragraphe que les dispositifs existants, de toutes natures : publicité, pré-enseigne et enseigne, actuellement non conformes au Règlement national de publicité ne disposent plus d'aucun délai de mise en	Rapport de	3	Le paragraphe « délai de mise en conformité » sera complété et mentionnera le cas des dispositifs qui ne sont d'ores et déjà pas conformes à la réglementation nationale.

conformité. Le Règlement local de publicité n'a aucun effet sur cette obligation. La rédaction n'est pas suffisamment précise.	présentation		
Partie 1A Chapitre 1-III., Pourquoi réaliser un RLP intercommunal (page 5). Il convient de rappeler également que la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un Règlement national de publicité est attachée à la compétence en matière de plan local d'urbanisme tel que précisé par l'article L.581-14 du Code de l'environnement.	Rapport de présentation	3	Ce point sera précisé.
Partie 1A Chapitre 1-V, Les principaux dispositifs (pages 6 à 10) Il conviendrait de choisir des illustrations photographiques reposant sur des dispositifs conformes à la réglementation. À défaut d'une mention de réserve, cette conformité ou non-conformité doit être mentionnée sur les photographies, même si le diagnostic de dispositifs publicitaires clarifie cet élément dans la suite du document. Les pré-enseignes et les pré-enseignes dérogatoires constituent deux familles de dispositifs distincts ; les illustrations doivent être distinctes également. Remarque similaire pour les publicités et le mobilier urbain.	Rapport de présentation	3	Les photographies seront modifiées ou annotées.
Partie 1A Chapitre 2-II, Paysage et patrimoine (page 16) Le patrimoine local est évoqué sans toutefois être quantifié à l'échelle du territoire. Les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment du point de vue culturel, historique, architectural, esthétique ou écologique, ne sont pas identifiées. Le petit patrimoine n'est pas inventorié. La démarche doit être élargie à tous les éléments qui contribuent à l'identité territoriale de l'EPCI.	Rapport de présentation	3	Il n'y aura pas de petit patrimoine inventorié en-dehors du PLUi en cours (le travail n'étant pas encore terminé). Le choix a été fait d'interdire les dispositifs les plus invasifs (notamment numériques et en toiture) dans l'ensemble des centres bourgs et dans le centre historique de Saint Dizier afin de protéger tous les éléments pouvant être considérés comme patrimoniaux (notion pouvant conduire à l'identification d'éléments de nature extrêmement diverse et nécessitant un travail à part entière).
Partie 1A Chapitre 2-III, Economie (page 17) L'analyse n'est menée qu'à l'échelle de l'agglomération de Saint-Dizier. Il convient de l'élargir à l'ensemble du territoire pour intégrer globalement la dimension intercommunale.	Rapport de présen	3	L'analyse fait bien échos aux zones d'activités en dehors de Saint Dizier, et notamment celles de Wassy. Dans ce sens, le dossier ne sera pas repris sur ce point, le diagnostic ayant bien été effectué, et de manière circonstanciée pour définir le volet réglementaire du RLPi.

	tation		
Partie 1A Chapitre 3-III.1, Les périmètres environnementaux et urbains spécifiques (page 27) L'interdiction prévue par l'article R.581-31 du Code de l'environnement liée à la co-visibilité depuis un secteur non aggloméré des affiches supportées par des dispositifs scellés au sol ne concerne que les agglomérations de plus de 10 000 habitants : agglomération de SAINT-DIZIER uniquement ; la rédaction doit mentionner cette spécificité territoriale.	Rapport de présentation	3	La notion d'interdiction, si elle porte sur les supports scellés au sol, porte également sur les supports muraux. Il ne convient donc pas de préciser cette disposition qui s'applique bel et bien à l'ensemble des communes couvertes par un périmètre des abords ou un site classé ou inscrit.
Partie 1A Chapitre 3-III.1, Les périmètres environnementaux et urbains spécifiques (page 27) Ce paragraphe évoque les voies protégées de la publicité. Pour mémoire, la publicité est interdite hors agglomération quel que soit le bord de voies. En agglomération, seules les autoroutes, voies express et déviations sont protégées de la publicité et non les Routes à Grandes Circulation (RGC); (articles R.581-31, 53, 56 et 77 du code de l'environnement). Les routes nationales 4 et 67 sont effectivement des voies express donc protégées même en agglomération (à noter qu'elles sont aussi des RGC). L'article R581-26 du code de l'environnement permet, le long des Routes à Grandes Circulation, aux publicités murales d'être de 8m2 en agglo de -10 000 habitants contrairement à 4m2 au bord d'une voie "normale" en agglomération de -10 000 habitants. Il n'y a aucun régime de protection particulier pour les bords de RGC c'est même le contraire car elles ont une autorisation en plus (toujours en agglomération). Par ailleurs, il est indiqué que les routes départementales 384, 400, 2B et 635 sont classées voies à grande circulation. Il est à noter que les routes départementales 400 et 635 ne figurent pas sur la liste des Routes à Grandes Circulation de l'annexe du décret n° 2010-578 du 31 mai 2000 modifiant le décret n° 2009-615 du 3 juin 2009 fixant la liste des routes à grande circulation. Le décret de 2010 et une cartographie sont annexées au présent courrier. Pour mémoire la route départementale 384 est seulement en partie classée RGC.	Rapport de présentation	3	Les cartes seront modifiées en conséquence de la transmission récente des données malgré des sollicitations plus anciennes.

Partie 1A Chapitre 4-II, Les enseignes. Principales infractions (page 44). Problème de numérotation : il n'y a pas d'article 2.	Rapport de présentation	3	Ce point sera corrigé.
Partie 1A Chapitre 4-II., Les enseignes. Principales infractions (page 49). Ne pas occulter la fin de l'article R.581-64 du Code de l'environnement dans la définition de la densité des enseignes au sol : un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. L'immeuble désigne le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.	Rapport de présentation	3	L'article sera réintégré dans sa globalité.
Partie 1A Chapitre 4-II.3, Les enseignes. La non-conformité des enseignes lumineuses (page 51). Le diagnostic a été conduit en période diurne. La réforme de la publicité extérieure poursuit également un objectif d'économies d'énergie, de réduction de la pollution visuelle et de la pollution lumineuse. Bien que cette thématique fasse l'objet de l'orientation n°4, le rapport ne permet pas concrètement d'en estimer les non-conformités potentielles. Cette donnée ne doit pas être écartée au regard de ses impacts sur la biodiversité et il convient de compléter le rapport par les éléments correspondants.	Rapport de présentation	3	Il n'y aura pas de nouveau diagnostic en période nocturne. La prise en compte de l'impact de la luminosité sur la biodiversité à bien été prise en compte par le biais de plusieurs dispositions : interdiction totale des enseignes numériques et limitation très forte de la publicité numérique, obligation d'un éclairage indirect pour les enseignes lumineuses et extension de l'horaire d'extinction nocturne de 22h à 6h. Dans ce sens, le RLPi s'inscrit pleinement dans les objectifs de préservation du cadre de vie vis-à-vis de l'installation des dispositifs lumineux et numériques.
Partie 1A Chapitre 4-II., Les enseignes. Cas particulier des enseignes temporaires (page 52). L'article R.581-68 du Code de l'environnement limite l'utilisation des enseignes temporaires à moins de trois mois pour signaler des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles. La rédaction ne doit pas obérer le caractère exceptionnel de leur utilisation au bénéfice des limites temporelles d'apposition : un évènement répétitif et pluriannuel ne présente pas de caractère exceptionnel.	Rapport de présentation	3	La disposition était bien entendue en ce sens et sera précisée.

Partie 1B Chapitre 2-II., Déclinaison de chaque orientation, orientation 1 (page 78). L'article 36 de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement interdit toute publicité en dehors des lieux qualifiés d'agglomération. La suppression des publicités hors agglomération ne constitue pas une orientation mais une obligation de l'autorité compétente en matière de police tirée de l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement.	Rapport de présentation	3	La mise en place du RLPi donne à l'ensemble des communes du territoire le pouvoir de police en matière de publicité extérieure. Ainsi, bien que ce ne soient pas les dispositions intégrées dans le RLPi qui imposent la dépose, c'est bien l'approbation du RLPi qui va conduire les maires à devoir s'occuper de cette question.
Partie 1B Chapitre 2-II., Déclinaison de chaque orientation, orientation 1 (page 78). La Signalisation d'information locale (SIL) constitue une alternative permettant d'assurer la visibilité des entreprises hors agglomération mais également en agglomération au profit de l'attractivité économique du territoire. Comme toute signalisation, la mise en œuvre de la SIL répond à une logique de guidage de l'usager vers une activité recherchée. La mise en place d'une démarche de SIL nécessite préalablement l'élaboration d'un schéma directeur de signalisation. La SIL répond à des règles de conception et d'implantation figurant à la 5e partie de l'instruction interministérielle sur la signalisation routière du 22 octobre 1963 modifiée. La stricte application de ces règles ne permet pas de répondre de façon systématique à l'ensemble des besoins exprimés pour un territoire. S'agissant de la notion des pré enseignes dites dérogatoires et notamment de « Produit du terroir », l'annexe de l'Instruction du Gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des pré-enseignes, apporte dans son article 1.3 une définition assez précise : « ... produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit... ». Le diagnostic n'identifie pas les activités concernées au sein de la zone d'études. L'orientation doit tenir compte de ces éléments pour devenir atteignable.	Rapport de présentation	3	Concernant les produits du terroir, les orientations indiquent seulement qu'une information devra être menée pour que ces derniers puissent jouir d'une visibilité. Aussi, il est bien pris note de la définition donnée ci-contre qui constituera un point d'appui aux éléments qui seront transmis auprès des communes et acteurs potentiellement concernés. Lorsque le territoire se dotera du schéma directeur, les pré-enseignes devront s'intégrer dans cette signalétique.
Partie 1B Chapitre 2-II., Déclinaison de chaque orientation, orientation 2 (page 78). En vue de respecter le principe de liberté d'expression prévu par la loi et de lutter contre l'affichage « sauvage », le contrôle de conformité des dispositifs destinés à l'affichage d'opinion ne constitue pas un objectif à mener a posteriori de la présente démarche mais qui doit faire l'objet d'une évaluation préalable au sein du diagnostic.	Rapport de présen	3	Les formats d'affichage obligatoires au sein de chaque commune ont été retransmis à chacune d'entre elle dans le cadre d'une synthèse sur la règlementation nationale.

	tation		
Partie 1C Chapitre I., Motifs de délimitation du zonage (page 84). Le rapport identifie et motive le zonage sans toutefois apporter de répartition chiffrée (en superficie) des zones à l'échelle du territoire communal. Cette identification constitue un état initial du document de planification de l'affichage publicitaire que représente le RLPi. Elle s'inscrit comme un outil de justification et de mesure comparative de l'incidence des évolutions lors de futures révisions du document. La répartition du nombre de dispositifs publicitaires par zone projetée n'est pas présente dans le rapport. L'absence de cet indicateur ne permet pas de mesurer le nombre de dispositifs appelés à disparaître au terme de la mise en œuvre du RLPi.	Rapport de présentation	3	La répartition chiffrée des différentes zones sur le projet de RLPi sera mentionnée au dossier. Ainsi, des comparaisons pourront être effectuées lors des prochaines révisions. Par rapport au nombre de dispositifs, le recensement réalisé sur les principaux axes du territoire a permis de couvrir environ 80% des secteurs impactés par l'implantation de dispositifs. Il est bien rendu compte de ce diagnostic au sein du rapport de présentation. Dans ce sens, les prochains diagnostics effectués lors de révision pourront se baser sur ces données d'entrée afin d'établir un état des lieux de l'application de la réglementation. L'élaboration du RLPi ne comportait pas la réalisation d'étude d'impact précise sur l'application des règles. Aussi le dossier ne sera pas modifié sur ce point.
Partie 1C Chapitre II-1.2., Règles communes (page 91). La publicité est interdite sur les clôtures en application de l'article R.581-22 du Code de l'environnement ; cette mention est à supprimer du second paragraphe, car elle ne constitue pas une exception relevant du RLPi.	Rapport de présentation	3	La mention du RLPi est plus restrictive que la disposition du R.581-22 qui ne fait que mention des « clôtures qui ne sont pas aveugles ». Le dossier ne sera donc pas modifié sur ce point.
Partie 1C Chapitre II-1.2., Règles communes (page 91). 3ème paragraphe. Cet article fait un rappel de la réglementation. La lecture de ce paragraphe interroge car on se demande si ce rappel est réalisé par rapport au Règlement National de Publicité (RNP) ou au projet de RLPI arrêté (RLPI). La rédaction de ce paragraphe mériterait d'être plus claire afin d'éviter toute interprétation. Toutefois, si ce rappel est en lien avec le RNP, il y a une erreur : les scellés au sol sont effectivement interdits en agglomération dans les espaces boisés classés (EBC) et dans certaines zones N appelées "sites et paysages" situées en agglomération (parc urbains, coulées vertes, vieux arbres ...) (article R.581-30 du code de l'environnement). En revanche, le reste des zones N et les zones A des PLU ne sont pas réglementées par le RNP.	Rapport de présentation	3	Cette précision sera apportée au chapitre du règlement.

Partie 1C Chapitre II-1.4 / 1.5 / 1.6 - Publicité sur mobilier urbain (pages 92 - 93 - 94 - 95). Pour le règlement national de publicité (RNP) ce sont les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement qui en font la gestion. La rédaction de cet article dans le projet de LRPI indique que "la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu'à un format maximal de 2 m2 (surface utile)." Il est à noter que le RNP limite déjà la publicité sur mobilier urbain à 2 m² par dispositif. De plus, il est précisé le souhait de "ne pas surcharger ces secteurs souvent impactés par les publicités et les enseignes". Ce paragraphe pourrait être complété en précisant le nombre de dispositifs acceptés par mobilier urbain et/ou de surface cumulée.	Rapport de présentation	3	La limite de 2m² ne concerne pas le « mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires non numériques ». Des surfaces plus importantes peuvent ainsi être potentiellement admises, ce qui n'a pas été un choix retenu par la collectivité. Il apparaît difficile de déterminer le nombre maximal admis à l'échelle du territoire. S'il n'est pas souhaité limiter le nombre de dispositifs ni développer une règle d'interdistance, rappelons que les dispositifs sur mobilier urbain font l'objet de convention qui permettront aux communes d'appliquer les différentes orientations de préservation du cadre de vie édictées au RLPi. La phrase « ne pas surcharger ces secteurs souvent impactés par les publicités et les enseignes » sera supprimée du Rapport de Présentation.
Partie 1C Chapitre 11-1.4., Dispositions applicables en ZP1 (page 92). Les notions de surface utile et de surface totale sont abordées dans ce chapitre ; il convient d'en préciser préalablement la définition selon les termes de l'Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités. Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles mentionnés au deuxième alinéa de l'article L.581-9 du Code de l'environnement ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ils ne peuvent être admis qu'en agglomération de SAINT-DIZIER uniquement ; la rédaction doit mentionner cette spécificité territoriale.	Rapport de présentation	3	La définition sera amendée au regard des termes de l'instruction du gouvernement du 18 octobre 2019. Par ailleurs, les règles admises par la RNP pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles seront également explicitées. Le dossier sera modifié sur ce point.
Partie 1C Chapitre II-6., Dispositions applicables en ZP1 (page 97). Problème de numérotation : on passe de l'article 1 à l'article 6.	Rapport de présentation	3	Ce point sera corrigé.
Chapitre 1.I-1., Déclarations (page 6). Les dispositions relatives aux déclarations préalables ne figurent pas aux articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement mais à l'article L.581-6.	Règlement	3	Ce point relève d'une erreur rédactionnelle et sera corrigé en ce sens.

Chapitre 1.I-3., Affichage d'opinion (page 6). Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ne sont pas joints en annexe du RLPi. L'absence de ces éléments ne permet de s'assurer de la conformité aux articles L.581-13 et R.581-2 et suivants du Code de l'environnement, tant en termes d'emplacement que de surface.	Règlement	3	Ne s'agissant pas d'une annexe obligatoire, le choix a effectivement été fait de ne pas joindre cette annexe.
Chapitre 1.I-4., Délai de mise en conformité (page 6). Compléter le type de mesures prévues à l'article R.581-30 du Code de l'urbanisme par « mesures de publicité et d'information ». La référence à l'article R.153-30 du code de l'urbanisme est erronée. Il s'agit de l'article R.153-20.	Règlement	3	Ce point sera corrigé.
Chapitre 1.I-4., Délai de mise en conformité (pages 6 et 7). Il convient d'introduire un 4e alinéa pour les publicités et préenseignes qui dispose que les publicités et préenseignes mises en place avant le 1er juillet 2012 et avant la date d'entrée en vigueur du RLPi, qui ne sont pas conformes aux dispositions du chapitre ler du titre VIII du livre V du Code de l'environnement issues de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 et du décret n° 2012-112 du 30 janvier 2012, doivent être mises en conformité sans délai (articles L.581-43.18 et R.581-88.111 du Code de l'environnement). En effet, l'entrée en vigueur d'un RLPi ne peut constituer un caractère dérogatoire aux échéances prévues pour l'application de la loi : conformité de tous les dispositifs depuis le 1er juillet 2012 et mise en conformité des dispositifs apposés antérieurement à cette date avant le 13 juillet 2015 pour les publicités et préenseignes et le 1er juillet 2018 pour les enseignes. Remarque identique pour les enseignes.	Règlement	3	Ce point sera complété.
Chapitre 1.I-5., Sanctions (page 7). La majeure partie des infractions repose sur des infractions délictuelles prévues par l'article L.581-34 du Code de l'environnement qui doit être mentionné avec les articles R.581-85 et suivants du Code de l'environnement). Il est rappelé que toutes infractions au RLPi constitue une infraction délictuelle.	Règlement	3	Ce point sera complété.
Chapitre 1.II., Les principales définitions (pages 7 à 10). De la même façon que pour le rapport de présentation, il conviendrait de choisir des illustrations photographiques reposant sur des dispositifs conformes à la réglementation. Le maintien de ce choix présente un risque non négligeable de mauvaise appréciation/interprétation du domaine réglementaire par l'utilisateur. Le guide méthodologique d'accompagnement de la réforme établi par le Ministère de	Règlement	3	Les photographies seront modifiées ou annotées.

l'écologie, du développement durable et de l'énergie constitue à ce titre une ressource pédagogique pouvant être utilisée.			
Chapitre 2., Délimitation des zones de publicité (pages 13 et 14). S'agissant d'un volet réglementaire du RLPi, le document doit s'attacher à être plus précis en définissant, pour chacune des zones, l'intégralité des territoires concernés d'une façon similaire au rapport de présentation. Un inventaire plus détaillé est de nature à renforcer la clarté du règlement au regard de la dimension intercommunale, et constitue un vecteur de sa bonne application.	Règlement	3	Le rapport de présentation sera complété. Le chapitre de principe de délimitation des zones sera amendé de cartographies reprenant le positionnement des différentes zones de publicité afin d'assurer une meilleure identification de leur localisation à l'échelle intercommunale. Le dossier sera modifié sur ce point.
Chapitre 4.II.1. et 4.II.2, Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Publicité de chantier (pages 20 et 21). La publicité, temporaire tout comme la permanente, est interdite sur les palissades (clôtures) qui ne sont pas aveugles en application de l'article R.581-22 du Code de l'environnement. Cette précision est à intégrer dans la rédaction. Par ailleurs, les dispositions applicables à la publicité sur les palissades de chantier installées sur le domaine public ou sur le domaine privé correspondent à celles relatives à la publicité murale. Cela implique que la surface de 12 m2 est limitée à 4 m2 dans les communes de moins de dix mille habitants (R.581-26 du Code de l'environnement). La rédaction ne peut pas être moins restrictive que la réglementation nationale et doit être complétée pour chacune des 2 familles démographiques d'agglomération rencontrées : plus et moins de 10 000 habitants. Il convient de mentionner par ailleurs que les bâches de chantiers ne sont pas autorisées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être admises qu'en agglomération de SAINT-DIZIER uniquement ; la rédaction doit intégrer cette spécificité territoriale.	Règlement	2	L'application des règles découlant des seuils démographiques de la réglementation nationale de la publicité sera précisée pour les palissades et les bâches de chantier afin d'éviter toute ambiguïté. Le dossier sera complété sur ce point.
Chapitre 4.II.2., Dispositions applicables en ZP1, Dispositifs de dimensions exceptionnelles (page 21). Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être admises qu'en agglomération de SAINT-DIZIER uniquement ; la rédaction doit intégrer cette spécificité territoriale.	Règlement	2	L'application des règles découlant des seuils démographiques de la réglementation nationale de la publicité sera précisée pour les dispositifs de dimension exceptionnelle afin d'éviter toute ambiguïté. Le dossier sera complété sur ce point.
Chapitre 5.I.2., Composition générale (page 29). La réaction doit être mise en cohérence entre l'exception d'utilisation de dispositifs clignotants, mouvants, défilants pour les pharmacies et les services d'urgence et la restriction d'extinction ne portant que sur les enseignes clignotantes. Compte-tenu de leur implantation en saillie de l'espace public, les dispositifs animés (mouvants ou défilants) sont de nature à constituer un risque probant de captation de l'attention des usagers de	Règlement	2	Cette exception a été maintenue, conformément à l'article R581-59.

l'emprise publique plus important qu'un dispositif traditionnel. Il y a lieu en l'espèce d'assurer la protection du cadre de vie environnant et de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement (principes cités à l'article R.581-15 du Code de l'environnement). S'agissant des pharmacies, il est rappelé que l'article R.4235-53 du Code de la santé publique limite strictement la signalisation extérieure des officines à la croix grecque de couleur verte, au caducée pharmaceutique de couleur verte, et le cas échéant, le nom ou le sigle de l'association, du groupement ou du réseau dont le pharmacien est membre. L'autorisation de dispositifs animés apparaîtrait contraire à cette définition d'usage.			
Chapitre 5.I.2., Composition générale (page 29). En complément des généralités prescrites en matière de composition des enseignes fondées sur l'orientation 3 du RLPi, il est recommandé d'introduire la référence à l'article L.581-14 du Code de l'environnement qui donne la possibilité de définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants.	Règlement	2	Des zones de publicité imposant des règles d'enseignes plus strictes ont été définies par le biais du zonage. Les secteurs de centre-ville et centre-bourg sont ainsi limités en termes d'implantation des enseignes au sol ou en toiture notamment. Faire référence à cet article pourrait laisser penser qu'un travail de zonage supplémentaire reste à déterminer, ce qui n'est pas envisagé. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.
Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Enseignes en façade au-delà du RDC (pages 30 et 34). La règle est à illustrer par un schéma de la même façon que pour les enseignes en façade en RDC.	Règlement	3	Un schéma sera intégré.
Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Activités occupant l'intégralité d'un bâtiment (pages 30 et 34). La règle est à illustrer par un schéma de la même façon que pour les enseignes en façade en RDC. La rédaction s'inscrit en contradiction avec l'objectif de recherche d'une harmonie de dimension par rapport aux commerces figurant 'en page 97 du rapport de présentation. En effet, les enseignes dites étagées affectent significativement la protection du cadre de vie, de l'environnement architectural et urbain, en raison notamment de leurs dimensions et de leur emplacement, de telle sorte que les dispositifs soient vus à une grande distance à l'échelle de la rue. Le caractère lumineux des dispositifs constitue par ailleurs un phénomène aggravant en termes d'incidences visuelles.	Règlement	2	Les enseignes aux étages n'ont été autorisées qu'en l'absence d'un bandeau de fond. L'objectif étant de n'autoriser que les enseignes les plus qualitatives en étage. Les enseignes lumineuses seront néanmoins interdites aux étages. Le dossier sera modifié sur ce point.
Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Enseignes perpendiculaires (pages 31 et 35). La saillie maximale autorisée est fixée à 0,80 m. L'article R.581-61 du Code de l'environnement prescrit une largeur	Règle	2	La disposition sera précisée en ajoutant « dans le respect des dispositions du Code de l'Environnement ».

maximale fixée au 1/10e de la largeur de l'emprise publique ; ce seuil doit être conservé pour prendre en compte la particularité des voies de faible emprise et ne pas assouplir la réglementation nationale.	ment		
Chapitre 5.11.1. et 5.11.2., Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Adhésifs sur vitrine (pages 32 et 35). Seule la vitrophanie extérieure relève du domaine réglementaire du Code de l'environnement au regard de la jurisprudence du Conseil d'Etat (CE, 28/10/2009, Ministre de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire c/ Sté Zara, req. N°322758). Cette précision doit être apportée à une rédaction trop imprécise. La vitrophanie intérieure ne peut être traduite au sein du RLPi que par des recommandations.	Règlement	3	Ce point a bien été précisé à l'ensemble des communes. La définition au sein du lexique sera précisée.
Chapitre 5.11.1. et 5.11.2., Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Enseigne posée au sol sur domaine public (pages 32 et 36). Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. En l'absence d'activité exercée sur le domaine public, il y a lieu de considérer que le dispositif doit recevoir la qualification de publicité ou de préenseigne ; ces dispositifs scellés ou posés au sol demeurant interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Une autorisation de voirie n'est pas de nature à constituer un caractère dérogatoire à la réglementation nationale. En l'espèce, une autorisation de voirie peut permettre l'occupation du domaine public pour une terrasse de restaurant par exemple.	Règlement	2	La disposition sera précisée.
Chapitre 5.11.1. et 5.11.2., Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Enseigne au sol sur parcelle privée (pages 32 et 36). Compléter la mention « ...bordant l'activité... » par la rédaction réglementaire figurant à l'article R.581-64 du Code de l'environnement. La rédaction doit être complétée par « ...bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée... ».	Règlement	3	La disposition sera complétée.
Chapitre 5.11.1. et 5.11.2., Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Enseignes temporaires à caractère commercial (pages 33 et 37). L'article R.581-64 du Code de l'environnement relatif à la limitation en nombre des enseignes scellées au sol s'applique à ces dispositifs. La rédaction ne précise pas le type d'enseignes temporaires autorisées et limitées en nombre à 3 : enseignes temporaires scellées ou posées au sol et/ou enseignes temporaires parallèles à la façade. La rédaction doit être complétée.	Règlement	2	La rédaction n'est pas complétée volontairement afin de permettre plusieurs modalités d'affichage temporaire. L'obligation de respect de la règlementation nationale sera cependant ajoutée. Pour ce qui est du nombre d'enseignes au sol, les commerçants peuvent en installer plus d'une par voie ouverte si ces enseignes font moins de 1 m². Cette possibilité est laissée aux commerçants dans la mesure où certaines parcelles commerciales sont de grande dimension.

Chapitre 5.11.1. et 5.11.2., Dispositions applicables en ZPO et ZP1, Enseignes lumineuses et numériques (pages 33 et 37). La proximité de la base aérienne militaire de Saint-Dizier, doit conduire à éviter l'installation d'enseigne à faisceau de rayonnement laser prévue par l'article L.581-18 du Code de l'environnement. Le choix d'une rédaction par interdiction est à privilégier en remplacement d'une rédaction par évitement.	Règlement	2	Les enseignes à faisceau laser seront interdites afin d'éviter toute nuisance. Le dossier sera repris sur ce point.
Chapitre 5.1111., Adaptations et exceptions (page 47). L'article L.581-14-1 du Code de l'environnement indique que le RLPi définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. À l'inverse du Code de l'urbanisme, le Code de l'environnement ne prévoit pas de régime dérogatoire permettant un régime d'adaptation ou d'exception à la réglementation nationale ou locale. Cet article est de nature à autoriser au cas par cas un assouplissement de la réglementation nationale ou locale, et à conduire à l'inapplication du règlement et à l'absence de mise en oeuvre d'une disposition de ce dernier. Le législateur n'ayant ni prévu ni encadré cette possibilité, l'article doit être supprimé du volet réglementaire.	Règlement	2	Ce chapitre sera effectivement supprimé du dossier afin d'éviter toute mauvaise interprétation.
Pour certaines communes, le zonage de la ZPO est représenté sous la forme d'un rayon de 100 m pour lequel il n'est pas précisé quelle méthode de définition du centroïde est utilisée à partir du monument historique. Cette précision doit être indiquée. Un zonage dont les limites seraient définies à la parcelle serait de nature à ne pas porter à interprétation et à garantir une meilleure sécurité juridique du RLPi. À la lecture du zonage reporté sur certaines communes, les ZP1a et ZP1b correspondent respectivement à un fuseau établi à partir d'une distance de recul de 20 m et de 30 m de part et d'autre de l'axe central des voies concernées. Or, le rapport de présentation définit ce recul à 20 m en ZP1b. Le fuseau appliqué sur la commune de Landricourt ne semble pas conforme et doit être mis en compatibilité avec la justification des choix retenus. Un zonage dont les limites seraient définies à la parcelle serait de nature à ne pas porter à interprétation et à garantir une meilleure sécurité juridique du RLPi. Le zonage doit permettre de déterminer avec précision l'appartenance d'une parcelle au RLPi. Ce dernier est fixé par les seuls documents graphiques. Il convient d'apporter des précisions au plan de zonage de certaines communes, sur lequel le cadastre ne figure pas, pour en définir matériellement les limites exactes et ne pas faire naître d'erreur d'appréciation et d'imprécisions le rendant inapplicable (TA	Annexes	2	Les motifs de délimitation du zonage pourront être mieux précisés. En effet, le travail a été effectué à partir des données SIG et cartographiques positionnant un centroïde au cœur de l'élément patrimonial protégé. Une distance a ensuite été affectée depuis ce centroïde afin de déterminer les mêmes règles de préservation aux abords des éléments de patrimoine. Les distances affectées de part et d'autre des axes seront vérifiées une par une et corrigées le cas échéant. Les exports pourront faire mieux ressortir les parcelles cadastrées (pour autant l'indication du numéro de parcelle est de nature à rendre le zonage totalement illisible et inutilisable).

Nice - 24.6.2004 - SARL Maci Publicité c/ préfet du Var). Pour plus de clarté, il est nécessaire de faire apparaître les numéros de parcelles cadastrales sur chaque annexe graphique. Le zonage ne répond pas aux règles définies par l'article R.110-2 du Code de la route et à la jurisprudence relevant du Code de l'environnement faisant prévaloir la « réalité physique » du bâti sans anticiper sur des zones non urbanisées (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. N°68134).			
Les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération des communes du département de la Haute-Marne ne sont pas présents sauf les arrêtés municipaux de la commune de Saint-Dizier. Les arrêtés définissant les limites d'agglomération des 10 communes du département de la Marne se limitent au réseau routier départemental. Ces actes doivent être élargis à la totalité du réseau routier inscrit au sein des enveloppes urbaines. Ils doivent être complétés pour la voirie communale, et s'il y a lieu pour la voirie d'intérêt communautaire, conformément à l'article R.581-78 du Code de l'environnement.	Annexes	3	Les arrêtés de limite d'agglomération définissent la position des panneaux existants, effectivement situés sur les voiries départementales. Les arrêtés seront complétés, selon la volonté des maires sollicités.
Il n'est pas fait mention sur l'obligation de présence d'un buteau (information sur la personne morale ou physique ayant apposé ou fait apposer le dispositif (article L.581-5 du code de l'environnement).		3	Le RLPi n'a pas vocation à redonner l'ensemble des dispositions du Code de l'Environnement. Sauf mention plus restrictive dans le RLPi, la RNP continue de s'appliquer.
Il n'est pas fait mention sur l'interdiction de placer un dispositif mural sur un mur non aveugle (article R.581-22 du code de l'environnement)		3	Le RLPi n'a pas vocation à redonner l'ensemble des dispositions du Code de l'Environnement. Sauf mention plus restrictive dans le RLPi, la RNP continue de s'appliquer.
Il n'est pas fait mention de distances d'implantation d'un dispositif publicitaire scellé au sol (distance par rapport aux baies d'un immeuble d'habitation voisin et distance par rapport aux limites de parcelle - article R.581-33 du code de l'environnement).		3	Le RLPi n'a pas vocation à redonner l'ensemble des dispositions du Code de l'Environnement. Sauf mention plus restrictive dans le RLPi, la RNP continue de s'appliquer.
Les dispositifs temporaires sont évoqués en détail dans le règlement sauf pour les pré-enseignes temporaires. Le choix est-il fait d'appliquer le règlement national de publicité pour ces dispositifs ? Pour mémoire, les pré-enseignes temporaires peuvent être scellées au sol hors agglomération et en agglomération de -10 000 habitants si leur dimension est <1 mètre de hauteur et <1,5 mètre de largeur et leur nombre est limité à 4 dispositifs par opération ou manifestation (article R.581-71 du code de l'environnement). Pour le reste elles suivent le même règlement que pour les enseignes temporaires sauf pour la règle des 12 m2 des enseignes temporaires d'opérations immobilières.		3	Le RLPi n'a pas vocation à redonner l'ensemble des dispositions du Code de l'Environnement. Sauf mention plus restrictive dans le RLPi, la RNP continue de s'appliquer. Ici les pré-enseignes temporaires restent effectivement soumises aux dispositions du Code de l'Environnement.

JC DECAUX			
Ajouter au Préambule du RLPi, dans sa partie I. Champs d'application du RLPi, une disposition pouvant être rédigée comme suit : « La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP ». - Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement. - Conséquences : tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable.	Règlement	3	Il n'est pas souhaité soustraire le mobilier urbain des règles communes définies qui ont été déterminées pour s'appliquer à tous les types de dispositifs publicitaires ou accueillant de la publicité comme le mobilier urbain. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.
Modifier le lexique du projet de RLPi en intégrant la spécificité du mobilier urbain par opposition au dispositif publicitaire : « Dispositif (publicitaire) : terme désignant un support dont le principal objet de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode. Le mobilier urbain, support de publicité à titre accessoire, n'est pas considéré comme un dispositif (publicitaire) au titre du présent RLP ».	Règlement	3	Le RLPi prévoit un encadrement des dispositifs en mobilier urbain. La définition du mobilier urbain au lexique du règlement exprime déjà le caractère de « support de publicité à titre accessoire ». Elle ne sera pas modifiée. La définition de dispositif publicitaire sera modifiée comme suit : *« support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode ».*
De compléter la définition donnée du mobilier urbain à l'article 6. Mobilier urbain (Chapitre 1 : Préambule / II. Les principales définitions) dans laquelle deux types de mobiliers urbains pourtant mentionnés au lexique ont été oubliés : les colonnes et les mâts drapeaux. 6. Mobilier urbain « Les mobiliers urbains sur lesquels peuvent être apposés des publicités ou pré-enseignes sont les abris destinés au public, les kiosques à journaux ou autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, **les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches**, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques. Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité à titre accessoire et n'ont pas pour fonction principale l'affichage de publicité. »	Règlement	3	La définition de mobilier urbain sera complétée.
De prendre en compte, au sein de l'article I. Règles communes du projet de RLPi, le format spécifique des colonnes porte-affiches :	Règle	2	Ce point ne sera pas supprimé. Le RLPi ne règlemente que l'affiche supportée par le mobilier urbain, mais pas la forme de celui-ci.

« Tout ajout, extension ou découpage ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif est interdit. ~~La publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière~~. » Nous proposons de supprimer la mention ci-dessous dans la mesure où elle ne tient pas compte du format spécifique des colonnes porte-affiches.	me nt		
En vue de parfaire la bonne compréhension du projet de RLPi, il convient de : • Préciser que les dispositions concernant les « scellés au sol », ou encore « les dispositifs » au sein du présent projet, c'est-à-dire les dispositions visant les supports à vocation exclusivement publicitaire, ne concernent pas la publicité supportée par le mobilier urbain alors support de publicité à titre accessoire. • Définir, en annexe du RLPi, les termes de « dispositif publicitaire » et de « mobilier urbain » comme suit : • Dispositif publicitaire : support dont le principal objet est de recevoir de la publicité • Mobilier urbain : mobilier supportant à titre accessoire de la publicité sous réserve des dispositions prévues par la Règlementation nationale	Rè gle me nt	2	L'ensemble des règles communes concernent à la fois les dispositifs publicitaires et ceux en mobilier urbain sauf mention expresse. Par ailleurs, le règlement dans chacune des zones précise l'application des règles au sein de paragraphes dédiés : « publicité sur mobilier urbain » et « publicité scellée au sol ». Pour encore plus de clarté, il sera ajouté la mention « (hors mobilier urbain) » à la suite de « publicité scellée au sol ». Comme précisé précédemment, la définition du mobilier urbain au lexique décline d'ores et déjà la mention de « support à titre accessoire ». Elle ne sera donc pas modifiée. La définition de dispositif publicitaire sera être ajoutée comme suit : « *support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode* ».
Tel que rédigé, l'article I. ZPO – Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés (Chapitre 2 – Délimitation des zones de publicité) ne semble pas tenir compte des apports de la loi LCAP – 2016. En effet, cette dernière porte le périmètre par défaut d'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques de 100 m à 500 m (article L.621-30 du Code du patrimoine). Il est donc nécessaire de porter le périmètre aux abords des monuments historiques à 500 m pour le mobilier urbain.	Rè gle me nt	2	La description de la ZP0 explicite les formes du zonage. Le choix a été fait d'interdire la publicité sur une partie des communes dans un périmètre de 100m uniquement. Autour la publicité est réintroduite conformément au code de l'environnement.
Le mobilier urbain demeurant sous l'entière maitrise de la Collectivité et requérant l'avis de l'ABF lors de toute implantation dans les SPR et en abords de monuments historiques, nous vous proposons d'insérer à l'article « I. Règles communes » du « Chapitre 4 : Réglementation des publicité et pré-enseignes » une disposition portant levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain. Cette dernière peut alors être rédigée comme suit :	Rè gle me nt	2	Ce point ne sera pas intégré. Il a été examiné au cas par cas, selon les monuments protégés et le motif urbain de chaque commune la possibilité ou non de réintroduire le mobilier urbain. Le RLPi ayant vocation à perdurer dans le temps, l'objectif est de maintenir un même objectif de préservation environnementale sur la durée.

« Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire, le mobilier urbain publicitaire est autorisé dans l'ensemble des secteurs listés à l'article L.581-8 I du code de l'environnement ».			
Tenir compte de ces prescriptions au sein du projet de RLPi et préciser le cas du mobilier urbain dans l'article IV. Règles d'extinction nocturne du projet de RLPi : IV. Règles d'extinction nocturne **A l'exception du mobilier urbain**, les publicités, préenseignes lumineuses et enseignes, y compris numériques ~~et y compris sur mobilier urbain~~, doivent respecter les plages horaires d'extinction nocturne fixées de 22 heures à 6 heures pour l'ensemble des zones. **Le mobilier urbain, y compris numérique, demeure soumis aux dispositions fixées à l'article R.581-35 du Code de l'environnement.**	Règlement	2	Les règles s'appliquant au mobilier urbain seront précisées : les règles d'extinction s'appliquent à l'exception du mobilier urbain. Les dispositifs numériques sur mobilier urbain ne sont pas soumis à l'extinction à condition que leurs images soient fixes. Le dossier sera modifié sur ce point afin de préciser l'application de la règle.
Supprimer toute contrainte de format à l'égard du mobilier urbain au sein du RLPi et notamment dans l'article II. Dispositions applicables à chaque zone de publicité (Chapitre 4 : Réglementation des publicités et pré-enseignes) • Placer le mobilier urbain sous le régime prévu par la règlementation nationale en toutes zones et ce, sans contraintes liées au format, ce dernières étant régies par contrat.	Règlement	2	Ce point ne sera pas intégré. Le RLPi ayant vocation à perdurer dans le temps, l'objectif est de maintenir un même objectif de préservation environnemental sur la durée. Le format est donc limité dans les secteurs à préserver. De plus, les formats déclinés au RLPi sont le résultat de nombreux échanges techniques et de validation politique. Ce point ne sera pas intégré.
Autoriser, en toutes zones, le mobilier urbain numérique et le soumettre aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement. Les articles relatifs à la « Publicité numérique » et présents au sein de chaque zone du RLPi pourraient alors être amendés de la façon suivante : « La publicité lumineuse numérique est interdite, à l'exception de celle supportée de manière accessoire par du mobilier urbain. ».	Règlement	2	Le RLPi de Saint Dizier Der & Blaise a été élaboré dans un objectif fort de préservation environnementale et du cadre de vie. Le fait d'autoriser la publicité numérique sur mobilier urbain en toute zone serait en opposition totale avec l'objectif poursuivi. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.

Le Président
Quentin BRIERE

Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der & Blaise

RLPi

de Saint-Dizier, Der& Blaise
Agglomération

SYNTHESE

MODIFICATIONS PREVUES APRES CONSULTATION

even CONSEIL

SOGEFI Ingénierie Géomatique

Saint-Dizier Der & Blaise Agglomération

Introduction : Ces réponses évitent les répétitions et concernent l'ensemble des modifications prévues suite aux avis des partenaires et du public. Pour davantage de détails, les tableaux reprennent les éléments proposés point par point et justifient les réponses négatives (à la majorité des propositions).

La dédensification sera amplifiée avec l'ajout des règles suivantes en ZP2a : les publicités murales et les publicités scellées au sol (hors mobilier urbain) seront autorisées à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 20 m, dans un souci de cohérence avec la ZP3.

L'implantation à l'intérieur des vitrines sera autorisée, pour toutes les enseignes et les publicités lumineuses y compris numériques dans une limite de surface maximale cumulée fixée à 0,1 m². Ces dispositifs et enseignes suivent les horaires d'extinction nocturne fixés par le RLPi de 22h à 6h. Les enseignes lumineuses seront interdites aux étages. Le règlement sera modifié afin de bien distinguer la réglementation qui s'applique à la fois pour les dispositifs éclairés par projection ou transparence et ceux numériques. Au sein des Chapitre 5.II.1 et 5.II.2 : zones ZP0 et ZP1, les enseignes à faisceau laser seront interdites afin d'éviter toute nuisance à la base aérienne. L'interdiction s'étendra aux zones ZP2 et ZP3 tandis que la formulation relative aux enseignes en LED sera maintenue.

La suppression de la ZP2c sera effectuée en indiquant que l'ensemble des enseignes hors agglomération doivent suivre les dispositions de la ZP2b. Les dispositions concernant la ZP2b seront appliquées aux enseignes hors agglomération.

A Rachecourt-sur-Marne, certaines publicités murales existent d'ores et déjà sur l'Avenue de Belgique, qui sera donc passée en ZP1b. La zone artisanale existante (donc construite) sera intégrée aux limites d'agglomération et en ZP2b contrairement à l'autre (souhaitée en projet) qui restera hors limites d'agglomération.

L'application des règles découlant des seuils démographiques de la réglementation nationale de la publicité sera précisée pour les palissades, les bâches de chantier et les dispositifs de dimension exceptionnelle afin d'éviter toute ambiguïté. La définition de palissade sera modifiée comme suit : une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé. Les publicités sur palissade seront interdites en ZP0 afin d'assurer une protection stricte de ces espaces.

Le rapport de présentation sera ajusté afin d'éviter toute confusion : il indiquera que les interdictions de publicité dans les périmètres autour des monuments historiques tiennent compte des travaux préalables à la future définition de nouveaux PDA par l'ABF.

Pour le mobilier urbain d'information, les informations municipales seront visibles dans le sens principal de circulation, mais cela restera à 2 faces. Au sein des dispositions applicables en ZPO et ZP1, la mention des enseignes au sol sur parcelle privée (pages 32 et 36) sera corrigée par la rédaction réglementaire figurant à l'article R.581-64 du Code de l'environnement, incluant « ...bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée... ». Concernant la partie 1A Chapitre 4-II. (Les enseignes - Principales infractions - page 49), le rappel de l'article R.581-64 du Code de l'environnement sera fait concernant la densité : « Les enseignes de plus de 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de

chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. ». Il sera rappelé que toutes infractions au RLPi constituent une infraction délictuelle. Le paragraphe « délai de mise en conformité » sera complété et mentionnera le cas des dispositifs qui ne sont d'ores et déjà pas conformes à la réglementation nationale. Des corrections seront apportées au paragraphe des mises en conformité : le type de mesures prévues à l'article R.581-30 du Code de l'urbanisme sera complété par « mesures de publicité et d'information ». La référence erronée à l'article R.153-30 du code de l'urbanisme sera remplacée par l'article R.153-20. Un 4ème alinéa sera introduit, pour les publicités et préenseignes, qui dispose que les publicités et préenseignes mises en place avant le 1er juillet 2012 et avant la date d'entrée en vigueur du RLPi, qui ne sont pas conformes aux dispositions du chapitre 1er du titre VIII du livre V du Code de l'environnement issues de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 et du décret n° 2012-112 du 30 janvier 2012, doivent être mises en conformité sans délai (articles L.581-43.18 et R.581-88.111 du Code de l'environnement). Le chapitre 5.III. Adaptations et exceptions (page 48) sera supprimé du règlement afin d'éviter toute mauvaise interprétation.

La réglementation des passerelles sera modifiée comme suit : lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser.

Le rappel suivant sera effectué : le mobilier urbain scellé au sol est interdit dans les communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants

La bonne délibération, qui a bien été prise le 16/12/2019 sera ajoutée au dossier.

Les dispositifs muraux seront réintégrés au préambule de la zone ZP1.

Le terme d'« ajouré » sera précisé dans la définition de la clôture.

La définition du rétroéclairage sera précisée pour tenir compte du cas des publicités et préenseignes rétroéclairées.

Les arrêtés fixant les limites d'agglomération seront intégrés au dossier final, selon la volonté des maires sollicités.

Les erreurs du tableau récapitulatif seront corrigées.

Il sera rappelé que la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un Règlement Local de Publicité est attachée à la compétence en matière de plan local d'urbanisme tel que précisé par l'article L.581-14 du Code de l'environnement.

Les photographies seront modifiées ou annotées de façon à indiquer cette conformité ou non-conformité des principaux dispositifs, dans le Rapport de présentation (pages 6 à 10) comme dans le Règlement. Les cartes seront modifiées en conséquence de la transmission récente des périmètres environnementaux et urbains spécifiques. Les problèmes de numérotation (Partie 1C Chapitre II-6 à partir de la page 97) seront corrigés : ainsi la « réglementation des enseignes » passera de « 6 » à « 2 ». Il en va de même que les dispositions suivantes qui passeront de 6.1, 6.2, 6.3, 6.4 et 6.5 à 2.1, 2.2, 2.3, 2.4 et 2.5.

L'article R.581-64 sera réintégré dans sa globalité avec la précision suivante : un évènement répétitif et pluriannuel ne présente pas de caractère exceptionnel.

L'obligation de respect de la règlementation nationale sera ajoutée aux dispositions applicables en ZPO et ZP1, Enseignes temporaires à caractère commercial (pages 33 et 37).

La répartition chiffrée des différentes zones sur le projet de RLPi sera mentionnée au dossier.

La précision sera apportée au chapitre du règlement au 3ème paragraphe des règles communes (page 91) : le reste des zones N et les zones A des PLU ne sont pas réglementées par le RNP. Par ailleurs, les règles découlant du RNP pour les dispositifs de dimensions exceptionnelles seront également explicitées.

La phrase « ne pas surcharger ces secteurs souvent impactés par les publicités et les enseignes » sera supprimée du Rapport de Présentation.

La précision suivante sera apportée : les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles mentionnés au deuxième alinéa de l'article L.581-9 du Code de l'environnement ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ils ne peuvent être admis qu'en agglomération de SAINT-DIZIER uniquement.

Les mauvaises références relatives aux déclarations préalables seront corrigées.

Le rapport de présentation sera complété : le chapitre de principe de délimitation des zones sera amendé de cartographies reprenant le positionnement des différentes zones de publicité afin d'assurer une meilleure identification de leur localisation à l'échelle intercommunale. Les notions de surface utile et de surface totale seront amendées au regard des termes de l'instruction du gouvernement du 18 octobre 2019.

Un schéma des dispositions applicables en ZPO et ZP1 aux enseignes en façade au-delà du rez-de-chaussée (pages 30 et 34) sera intégré, de même que pour le rez-de-chaussée.

Pour les enseignes perpendiculaires (pages 31 et 35), il sera ajouté « dans le respect des dispositions du Code de l'Environnement ».

Il sera précisé que la vitrophanie intérieure ne peut être traduite au sein du RLPi que par des recommandations.

Pour les dispositions applicables en ZPO et ZP1, il sera précisé que pour les enseignes posées au sol sur domaine public (pages 32 et 36), toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce constitue une enseigne. En l'absence d'activité exercée sur le domaine public, il y a lieu de considérer que le dispositif doit recevoir la qualification de publicité ou de préenseigne ; ces dispositifs scellés ou posés au sol demeurant interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Une autorisation de voirie n'est pas de nature à constituer un caractère dérogatoire à la réglementation nationale. En l'espèce, une autorisation de voirie peut permettre l'occupation du domaine public pour une terrasse de restaurant par exemple.

Les motifs de délimitation du zonage seront mieux précisés. En effet, le travail a été effectué à partir des données SIG et cartographiques positionnant un centroïde au cœur de l'élément

patrimonial protégé. Une distance a ensuite été affectée depuis ce centroïde afin de déterminer les mêmes règles de préservation aux abords des éléments de patrimoine.

Les distances affectées de part et d'autre des axes seront vérifiées une par une et corrigées le cas échéant.

Les exports pourront faire mieux ressortir les parcelles cadastrées (pour autant l'indication du numéro de parcelle est de nature à rendre le zonage totalement illisible et inutilisable).

La définition de dispositif publicitaire sera modifiée comme suit : « support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode ».

La définition de mobilier urbain sera précisée : les mobiliers urbains sur lesquels peuvent être apposés des publicités ou pré-enseignes sont les abris destinés au public, les kiosques à journaux ou autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des oeuvres artistiques. Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité à titre accessoire et n'ont pas pour fonction principale l'affichage de publicité.

Le règlement dans chacune des zones précise l'application des règles au sein de paragraphes dédiés : « publicité sur mobilier urbain » et « publicité scellée au sol ». Pour encore plus de clarté, il sera ajouté la mention « (hors mobilier urbain) » à la suite de « publicité scellée au sol ».

Les règles s'appliquant au mobilier urbain seront précisées : les règles d'extinction s'appliquent à l'exception du mobilier urbain. Les dispositifs numériques sur mobilier urbain ne sont pas soumis à l'extinction à condition que leurs images soient fixes.

Conclusion :

Si l'esprit général est conservé, des corrections de forme seront apportées suite aux retours détaillés de partenaires tels que les services de l'Etat, et quelques changements de fond seront effectués après des demandes correspondantes de partenaires et d'habitants, sans remettre en cause le dossier.

Le Président

Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der & Blaise

Quentin BRIÈRE

ANNEXES

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DECISION DU
2 décembre 2020

TRIBUNAL ADMINISTRATIF
DE CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE

N° E20000085 /51

LE PRÉSIDENT DU TRIBUNAL ADMINISTRATIF

Décision désignation commission ou commissaire

Vu enregistrée le 22 octobre 2020, la lettre par laquelle le Président de la Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der et Blaise demande la désignation d'une commission d'enquête en vue de procéder à une enquête publique ayant pour objet :

- le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der et Blaise dont le siège est en la Cité administrative de SAINT-DIZIER (52100), 12 rue de la Commune de Paris ;

Vu le code de l'environnement et notamment ses articles L. 123-1 et suivants ;

Vu le code de l'urbanisme ;

Vu les listes départementales d'aptitude aux fonctions de commissaire enquêteur établies au titre de l'année 2020 ;

DECIDE

ARTICLE 1 : Il est constitué pour le projet susvisé une commission d'enquête composée ainsi qu'il suit :

Président :

Monsieur Claude MARTIN

Membres titulaires :

Monsieur Francis MICHEL
Monsieur Patrick RAMBOUR

ARTICLE 2 : Pour les besoins de l'enquête publique, les membres de la commission d'enquête sont autorisés à utiliser leur véhicule, sous réserve de satisfaire aux conditions prévues en matière d'assurance, par la législation en vigueur.

ARTICLE 3 : Les indemnités dues aux commissaires enquêteurs qui seront taxées par le président du tribunal administratif de Châlons-en-Champagne sont à la charge de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier Der et Blaise.

ARTICLE 4 : La présente décision sera notifiée à la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier Der et Blaise et aux membres de la commission d'enquête.

Fait à Châlons-en-Champagne, le 2 décembre 2020.

Le Président,

signé

Jean-Paul WYSS

Pour expédition conforme
Châlons en Champagne, le 2 décembre 2020
le Greffier,

TRIBUNAL ADMINISTRATIF CHALONS-EN-CHAMPAGNE

Christine BRISTIEL

Arrêté d'enquête publique – Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise

Le Président de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise,

Vu le code de l'environnement, et notamment son article L.581-14 définissant l'EPCI compétente pour élaborer le RLPi et particulièrement l'article L.581-14-1 ;

Vu le code de l'environnement, et notamment les articles L.123-1 et suivants, et R. 123-1 et suivants relatifs à l'enquête publique ;

Vu le code des relations entre le public et l'administration ;

Vu la délibération n° 179-12-2018 du 14 décembre 2018 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise et la délibération n°169-12-2019 du 16 décembre 2019 modifiant la prescription du RLPi de la CASDDB ;

Vu la délibération n° 51-02-2020 du 27 février 2020 tirant le bilan de concertation du RLPi ;

Vu la délibération n° 51-02-2020 du 27 février 2020 arrêtant le projet de RLPi tel que soumis à la consultation administrative et poursuivant la procédure et en particulier l'enquête publique ;

Vu la décision n° E20000085/51 du 2 décembre 2020 du Président du Tribunal administratif de Châlons-en-Champagne désignant une commission d'enquête ;

Vu les pièces du dossier soumis à enquête publique ;

Considérant que le projet d'élaboration du RLPi a fait l'objet des consultations administratives prévues par la loi et que les avis recueillis sont versés au dossier d'enquête publique ;

Considérant que les conditions d'ouverture et de déroulement de l'enquête publique ont été déterminées en concertation avec la commission d'enquête.

Article 1 - Enquête publique : objet et caractéristiques principales

Il est prescrit une enquête publique relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) couvrant l'ensemble du territoire de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise (CASDDB).

Article 2 - Durée de l'enquête publique et mise à disposition du dossier et registres d'enquête publique

Après concertation avec la commission d'enquête, il est décidé l'ouverture d'une enquête publique, qui aura lieu du 18 octobre 2021 à 9h00 au 20 novembre 2021 à 12h00.

Pendant cette période, un dossier comprenant l'intégralité du projet de RLPi et des pièces requises par les textes en vigueur sera disponible dans les 4 communes suivantes, définies comme lieux d'enquête :

- en mairies de Saint-Dizier, Wassy & Rachecourt-sur-Marne afin d'être consultés par le public aux jours et heures d'ouverture habituels des bureaux municipaux ;
- à la Maison des Officiers (2 Place Auguste Lebon) de La Porte du Der, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi.

Chacun peut également le consulter sur le site Internet de l'Agglomération :
https://www.saint-dizier.fr/demarches-services/urbanisme-et-architecture/reglement-local-de-publicite-intercommunal.html

Direction du Développement Urbain
Tél. : 03.25.07.79.61

Saint-Dizier Der & Blaise

Sur chacun des 4 sites identifiés précédemment (article 2) comme « lieux d'enquête », un registre à feuillets non mobiles, côtés et paraphés au nom de la Commission d'Enquête, par les membres de la commission d'enquête sera, durant toute la durée de l'enquête publique, mis à disposition du public afin que chacun puisse y inscrire ses observations.

Un registre numérique est également accessible à l'adresse https://ssl.spl-xdemat.fr/Xenquetes où chacun pourra déposer ses observations et prendre connaissance de toute observation éditée du 18 octobre 2021 à 9h00 au 20 novembre 2021 à 12h00.

Le public pourra également formuler ses observations du 18 octobre 2021 à 9h00 au 20 novembre 2021 à 12h00 à l'adresse e-mail suivante : enquetepubliqueplanification@agglo-saintdizier.fr

Le public pourra en outre formuler ses observations, du 18 octobre 2021 à 9h00 au 20 novembre 2021 à 12h00, par courrier adressé à Monsieur le Président de la commission d'enquête - Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal – Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise – Direction du Développement Urbain - Cité Administrative (1er étage), 12 rue de la Commune de Paris, 52100 Saint-Dizier.

Le public est informé que toute observation (et ses éventuelles pièces-jointes), qu'elle soit écrite ou dématérialisée, sera consultable de tous sur le registre numérique.

Il est précisé qu'il est de la responsabilité de chaque participant à l'enquête publique, s'il souhaite rester anonyme, de ne faire état d'aucune information personnelle dans ses écrits (nom, coordonnées, adresse etc.).

Toute personne peut, sur demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête auprès de l'Agglomération.

Article 3 : Identité et qualité de la commission d'enquête, lieux et dates de rencontres avec le public

M. le Président du Tribunal administratif de Châlons-en-Champagne a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres :

Monsieur Claude MARTIN, Président de la commission d'enquête ;
Monsieur Francis MICHEL ;
Monsieur Patrick RAMBOUR.

Un membre de la commission d'enquête recevra le public aux lieux indiqués dans l'article 2, aux dates et horaires ci-dessous :

Saint-Dizier : lundi 18 octobre, de 9h à 12h et samedi 20 novembre, de 9h à 12h ;
Wassy : lundi 8 novembre, de 15h à 17h et mercredi 17 novembre, de 10h à 12h ;
Rachecourt-sur-Marne : mardi 09 novembre, de 10h à 12h ;
La Porte du Der : jeudi 18 novembre de 10h à 12h.

Article 4 : Publicité de l'enquête

1/ Un avis annonçant l'ouverture de l'enquête publique est affiché au moins quinze jours à l'avance et durant toute l'enquête :

- au tableau d'affichage habituel des 4 lieux de permanence, ainsi que de chaque commune de l'Agglomération ;
- au tableau d'affichage habituel de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise ;
- sur le site de l'enquête dématérialisée XDemat.

L'accomplissement de ces mesures de publicité est constaté par un certificat dûment daté et signé par les maires ou par le Président de la CASDDB, chacun pour ce qui le concerne.

Cet avis est en outre publié en caractères apparents quinze jours au moins avant le début de l'enquête et est rappelé dans les huit premiers jours de l'enquête dans la rubrique annonces légales des journaux « Le Journal de la Haute-Marne », « La Voix de la Haute-Marne » pour le 52 ainsi que L'Union » et « La Marne Agricole » pour le 51.

Article 5 : Clôture de l'enquête

A l'expiration du délai d'enquête, les services de l'Agglomération récupèreront les registres d'enquête et les observations sur les sites, puis les transmettront, en sus sur papier, à la Commission d'enquête.
Elle rencontrera, dans la huitaine, l'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise et lui communiquera les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse.
L'Agglomération disposera ensuite d'un délai de quinze jours pour produire ses observations éventuelles.
La commission d'enquête transmettra enfin son rapport relatant le déroulement de l'enquête, et ses conclusions motivées, à Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise à Monsieur le Président du Tribunal administratif dans les trente jours à compter de la fin de l'enquête.
Le Président de l'Agglomération en transmet copie électronique à Mesdames et Messieurs les Maires des communes concernées et à Monsieur le Préfet.

Article 6 : Mise à disposition du public du rapport et des conclusions

Après le déroulement de l'enquête, il pourra être pris connaissance, pendant un an, du rapport et des conclusions motivées de la commission d'enquête, auprès de la Direction du Développement Urbain, Service Planification de l'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise.
En outre, le rapport et les conclusions de la Commission d'enquête seront publiés sur le site internet : https://www.saint-dizier.fr/demarches-services/urbanisme-et-architecture/reglement-local-de-publicite-intercommunal.html
Toute personne physique ou morale pourra demander communication de ce rapport et de ces conclusions.

Article 7 : Pièces mises à enquête dans les lieux d'enquête

Sont mis à disposition du public dans les conditions définies à l'article 2 du présent arrêté :

- l'intégralité du projet de RLPi arrêté ;
- en annexe :
  - l'Avis des Personnes Publiques Associées
  - les arrêtés des limites d'Agglomérations.

Article 8 : Identification de la personne responsable du projet ou de l'autorité auprès de laquelle des informations peuvent être demandées

La Direction du Développement Urbain de l'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise reste à la disposition du public pour tout renseignement lié à l'accomplissement de cette procédure (tél. 03 25 07 31 42).

Article 9 : Décision pouvant être adoptée à l'issue de l'enquête

A l'issue de l'enquête publique, le Conseil d'Agglomération pourra approuver le RLPi, éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport et des conclusions motivées de la commission d'enquête.

Article 10 : Affichage et diffusion de l'arrêté

Le présent arrêté est affiché au siège de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise et au tableau d'affichage de l'ensemble des mairies de l'Agglomération ainsi que de la Maison des Officiers à La Porte du Der.
L'accomplissement de ces mesures de publicité est constaté par un certificat dûment daté et signé par les maires ou par le Président de l'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise, chacun pour ce qui le concerne.

Ampliation du présent arrêté est adressée :

- à Mesdames et Messieurs les Maires des communes de l'ensemble du territoire de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise ;
- à Monsieur le Préfet de la Région ;
- aux membres de la commission d'enquête.

Quentin BRIERE
Président de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise

Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der & Blaise

Journal de la Haute Marne

(J.H.M.)

La Voix de la Haute Marne

-2021-

30 Septembre

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise

Une enquête publique relative à l'élaboration du RLPi de la CASDDB sera ouverte sur les 60 communes pour une durée de 34 jours consécutifs du 18 octobre à 9h au 20 novembre à 12h.

Le Tribunal Administratif de Châlons-en-Champagne a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres : Monsieur Claude MARTIN, Président de la commission d'enquête, Monsieur Francis MICHEL et Monsieur Patrick RAMBOUR.

Le dossier d'enquête publique du projet d'élaboration du RLPi est consultable :

- en version informatique sur le site Internet :

https://www.saint-dizier.fr/demarches-services/urbanisme-et-architecture/reglement-local-de-publicite-intercommunal.html

- en version papier, aux jours et heures habituels d'ouverture au public :

« en mairies de Saint-Dizier, Wassy & Rachecourt-sur-Marne ;

« à la Maison des Officiers (2 Place Auguste Lebon) de La Porte du Der, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi.

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations et propositions :

- sur le registre dématérialisé : https://ssl.spl-xdemat.fr/Xenquetes ;
- par courrier électronique : enquetepubliqueplanification@agglo-saintdizier.fr ;
- sur les registres d'enquête papiers établis sur feuillets non mobiles, cotés et paraphés par un membre de la commission d'enquête, mis à sa disposition sur les mêmes sites que le dossier,
- par voie postale en adressant un courrier au Président de la commission d'enquête au siège de la CASDDB - Direction du Développement Urbain - Cité Administrative, 12 rue de la Commune de Paris, 52100 Saint-Dizier.

La commission d'enquête, représentée par un de ses membres, se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations, lors des permanences (aux lieux indiqués plus haut) suivantes :

« Saint-Dizier : lundi 18 octobre, de 9h à 12h et samedi 20 novembre, de 9h à 12h ;

« Wassy : lundi 8 novembre, de 15h à 17h et mercredi 17 novembre, de 10h à 12h ;

« Rachecourt-sur-Marne : mardi 9 novembre, de 10h à 12h ;

« La Porte du Der : jeudi 18 novembre de 10h à 12h.

Le dossier d'enquête publique peut être communiqué sur demande et aux frais du demandeur à la CASDDB.

Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête publique, le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables pendant un an par le public au siège de la CASDDB et sur son site Internet.

19 Octobre

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise

Une enquête publique relative à l'élaboration du RLPi de la CASDDB sera ouverte sur les 60 communes pour une durée de 34 jours consécutifs du 18 octobre à 9h au 20 novembre à 12h.

Le Tribunal Administratif de Châlons-en-Champagne a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres : Monsieur Claude MARTIN, Président de la commission d'enquête, Monsieur Francis MICHEL et Monsieur Patrick RAMBOUR.

Le dossier d'enquête publique du projet d'élaboration du RLPi est consultable :

- en version informatique sur le site Internet :

https://www.saint-dizier.fr/demarches-services/urbanisme-et-architecture/reglement-local-de-publicite-intercommunal.html

- en version papier, aux jours et heures habituels d'ouverture au public :

« en mairies de Saint-Dizier, Wassy & Rachecourt-sur-Marne ;

« à la Maison des Officiers (2 Place Auguste Lebon) de La Porte du Der, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi.

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations et propositions :

- sur le registre dématérialisé : https://ssl.spl-xdemat.fr/Xenquetes ;
- par courrier électronique : enquetepubliqueplanification@agglo-saintdizier.fr ;
- sur les registres d'enquête papiers établis sur feuillets non mobiles, cotés et paraphés par un membre de la commission d'enquête, mis à sa disposition sur les mêmes sites que le dossier,
- par voie postale en adressant un courrier au Président de la commission d'enquête au siège de la CASDDB - Direction du Développement Urbain - Cité Administrative, 12 rue de la Commune de Paris, 52100 Saint-Dizier.

La commission d'enquête, représentée par un de ses membres, se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations, lors des permanences (aux lieux indiqués plus haut) suivantes :

« Saint-Dizier : lundi 18 octobre, de 9h à 12h et samedi 20 novembre, de 9h à 12h ;

« Wassy : lundi 8 novembre, de 15h à 17h et mercredi 17 novembre, de 10h à 12h ;

« Rachecourt-sur-Marne : mardi 9 novembre, de 10h à 12h ;

« La Porte du Der : jeudi 18 novembre de 10h à 12h.

Le dossier d'enquête publique peut être communiqué sur demande et aux frais du demandeur à la CASDDB.

Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête publique, le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables pendant un an

2 Octobre

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Une enquête publique relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération SAINT-DIZIER, DER & BLAISE sera ouverte sur les 60 communes pour une durée de 34 jours consécutifs du 18 octobre à 9h au 20 novembre à 12h.

Le Tribunal Administratif de CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres : M. MARTIN Claude, Président de la commission d'enquête, M. MICHEL Francis et M. RAMBOUR Patrick.

Le dossier d'enquête publique du projet d'élaboration du RLPi est consultable :

* en version informatique sur le site Internet : https://www.saint-dizier.fr/demarches-services/urbanisme-et-architecture/reglement-local-de-publicite-intercommunal.html
* en version papier, aux jours et heures habituels d'ouverture au public :

- en mairies de SAINT-DIZIER, WASSY & RACHECOURT-SUR-MARNE ;
- à la Maison des Officiers (2 Place Auguste Lebon) de LA-PORTE-DU DER, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi..

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations et propositions :

- sur le registre dématérialisé : https://ssl.spl-xdemat.fr/Xenquetes ;
- par courrier électronique : enquetepubliqueplanification@agglo-saintdizier.fr ;
- sur les registres d'enquête papiers établis sur feuillets non mobiles, cotés et paraphés par un membre de la commission d'enquête, mis à sa disposition sur les mêmes sites que le dossier,
- par voie postale en adressant un courrier au Président de la commission d'enquête au siège de la CASDDB :

Direction du Développement Urbain
Cité Administrative
12 rue de la Commune de PARIS
52100 SAINT-DIZIER.

La commission d'enquête, représentée par un de ses membres, se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations, lors des permanences (aux lieux indiqués plus haut) suivantes :

- **En mairie de SAINT-DIZIER :** Le 18/10/2021 et le 20/11/2021 de 9h à 12h.
- **En mairie de WASSY :** Le 08/11/2021 de 15h à 17h et le 17/11/2021 de 10h à 12h.
- **En mairie de RACHECOURT-SUR-MARNE :** Le 09/11/2021 de 10h à 12h.
- **En mairie de LA PORTE-DU-DER :** Le 18/11/2021 de 10h à 12h.

Le dossier d'enquête publique peut être communiqué sur demande et aux frais du demandeur à la CASDDB.

Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête publique, le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables pendant un an par le public au siège de la CASDDB et sur son site Internet.

2173970

22 octobre

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Une enquête publique relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération SAINT-DIZIER, DER & BLAISE sera ouverte sur les 60 communes pour une durée de 34 jours consécutifs du 18 octobre à 9h au 20 novembre à 12h.

Le Tribunal Administratif de CHÂLONS-EN-CHAMPAGNE a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres : M. MARTIN Claude, Président de la commission d'enquête, M. MICHEL Francis et M. RAMBOUR Patrick.

Le dossier d'enquête publique du projet d'élaboration du RLPi est consultable :

* en version informatique sur le site Internet : https://www.saint-dizier.fr/demarches-services/urbanisme-et-architecture/reglement-local-de-publicite-intercommunal.html
* en version papier, aux jours et heures habituels d'ouverture au public :

- en mairies de SAINT-DIZIER, WASSY & RACHECOURT-SUR-MARNE ;
- à la Maison des Officiers (2 Place Auguste Lebon) de LA-PORTE-DU DER, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi..

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations et propositions :

- sur le registre dématérialisé : https://ssl.spl-xdemat.fr/Xenquetes ;
- par courrier électronique : enquetepubliqueplanification@agglo-saintdizier.fr ;
- sur les registres d'enquête papiers établis sur feuillets non mobiles, cotés et paraphés par un membre de la commission d'enquête, mis à sa disposition sur les mêmes sites que le dossier,
- par voie postale en adressant un courrier au Président de la commission d'enquête au siège de la CASDDB :

Direction du Développement Urbain
Cité Administrative
12 rue de la Commune de PARIS
52100 SAINT-DIZIER.

La commission d'enquête, représentée par un de ses membres, se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations, lors des permanences (aux lieux indiqués plus haut) suivantes :

- **En mairie de SAINT-DIZIER :** Le 18/10/2021 et le 20/11/2021 de 9h à 12h.
- **En mairie de WASSY :** Le 08/11/2021 de 15h à 17h et le 17/11/2021 de 10h à 12h.
- **En mairie de RACHECOURT-SUR-MARNE :** Le 09/11/2021 de 10h à 12h.
- **En mairie de LA PORTE-DU-DER :** Le 18/11/2021 de 10h à 12h.

Le dossier d'enquête publique peut être communiqué sur demande et aux frais du demandeur à la CASDDB.

Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête publique, le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables pendant un an par le public au siège de la CASDDB et sur son site Internet.

2175142

Journal L'UNION

La Marne Agricole

-2021-

30 Septembre

Saint-Dizier Der & Blaise Agglomération

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

- Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise

Une enquête publique relative à l'élaboration du RLPi de la CASDDB sera ouverte sur les 60 communes pour une durée de 34 jours consécutifs du 18 octobre à 9h au 20 novembre à 12h.

Le Tribunal Administratif de Châlons-en-Champagne a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres : Monsieur Claude MARTIN, Président de la commission d'enquête, Monsieur Francis MICHEL et Monsieur Patrick RAMBOUR.

Le dossier d'enquête publique du projet d'élaboration du RLPi est consultable :

- en version informatique sur le site Internet :
(https://www.saint-dizier.fr /demarches-services/urbanisme -et-architecture/reglement -local-de-publicite -intercommunal.html)
- en version papier, aux jours et heures habituels d'ouverture au public :
- en Mairies de Saint-Dizier, Wassy & Rachecourt-sur-Marne ;
- à la Maison des Officiers (2, place Auguste Lebon) de La Porte du Der, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi.

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations et propositions :

- sur le registre dématérialisé : (https://ssl.spl-xdemat.fr /Xenquetes) ;
- par courrier électronique : (enquetepubliqueplanification @agglo-saintdizier.fr) ;
- sur les registres d'enquête papiers établis sur feuillets non mobiles, cotés et paraphés par un membre de la commission d'enquête, mis à sa disposition sur les mêmes sites que le dossier,
- par voie postale en adressant un courrier au Président de la commission d'enquête au siège de la CASDDB - Direction du Développement Urbain - Cité Administrative, 12, rue de la Commune de Paris, 52100 Saint-Dizier.

La commission d'enquête, représentée par un de ses membres, se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations, lors des permanences (aux lieux indiqués plus haut) suivantes :

- Saint-Dizier : lundi 18 octobre, de 9h à 12h et samedi 20 novembre, de 9h à 12h ;
- Wassy : lundi 8 novembre, de 15h à 17h et mercredi 17 novembre, de 10h à 12h ;
- Rachecourt-sur-Marne : mardi 9 novembre, de 10h à 12h ;
- La Porte du Der : jeudi 18 novembre de 10h à 12h.

Le dossier d'enquête publique peut être communiqué sur demande et aux frais du demandeur à la CASDDB.

Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête publique, le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables pendant un an par le public au siège de la CASDDB et sur son site Internet.

1518086500

20 Octobre

Saint-Dizier Der & Blaise Agglomération

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise

Une enquête publique relative à l'élaboration du RLPi de la CASDDB sera ouverte sur les 60 communes pour une durée de 34 jours consécutifs du 18 octobre à 9h au 20 novembre à 12h.

Le Tribunal Administratif de Châlons-en-Champagne a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres : Monsieur Claude MARTIN, Président de la commission d'enquête, Monsieur Francis MICHEL et Monsieur Patrick RAMBOUR.

Le dossier d'enquête publique du projet d'élaboration du RLPi est consultable :

- en version informatique sur le site Internet :
(https://www.saint-dizier.fr /demarches-services/urbanisme -et-architecture/reglement -local-de-publicite -intercommunal.html)
- en version papier, aux jours et heures habituels d'ouverture au public :
- en Mairies de Saint-Dizier, Wassy & Rachecourt-sur-Marne ;
- à la Maison des Officiers (2, place Auguste Lebon) de La Porte du Der, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi.

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations et propositions :

- sur le registre dématérialisé : (https://ssl.spl-xdemat.fr /Xenquetes) ;
- par courrier électronique : (enquetepubliqueplanification @agglo-saintdizier.fr) ;
- sur les registres d'enquête papiers établis sur feuillets non mobiles, cotés et paraphés par un membre de la commission d'enquête, mis à sa disposition sur les mêmes sites que le dossier,
- par voie postale en adressant un courrier au Président de la commission d'enquête au siège de la CASDDB - Direction du Développement Urbain - Cité Administrative, 12, rue de la Commune de Paris, 52100 Saint-Dizier.

La commission d'enquête, représentée par un de ses membres, se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations, lors des permanences (aux lieux indiqués plus haut) suivantes :

- Saint-Dizier : lundi 18 octobre, de 9h à 12h et samedi 20 novembre, de 9h à 12h ;
- Wassy : lundi 8 novembre, de 15h à 17h et mercredi 17 novembre, de 10h à 12h ;
- Rachecourt-sur-Marne : mardi 9 novembre, de 10h à 12h ;
- La Porte du Der : jeudi 18 novembre de 10h à 12h.

Le dossier d'enquête publique peut être communiqué sur demande et aux frais du demandeur à la CASDDB.

Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête publique, le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables pendant un an par le public au siège de la CASDDB et sur son site Internet.

1518086500

1er Octobre

Saint-Dizier Der & Blaise Agglomération

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise

AVIS D'ENQUETE PUBLIQUE

Une enquête publique relative à l'élaboration du RLPi de la CASDDB sera ouverte sur les 60 communes pour une durée de 34 jours consécutifs du 18 octobre à 9h au 20 novembre à 12h.

Le Tribunal Administratif de Châlons-en-Champagne a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres : Monsieur Claude MARTIN, Président de la commission d'enquête, Monsieur Francis MICHEL et Monsieur Patrick RAMBOUR.

Le dossier d'enquête publique du projet d'élaboration du RLPi est consultable :

- en version informatique sur le site Internet :
https://www.saint-dizier.fr/demarches-services/urbanisme-et-architecture/reglement-local-de-publicite-intercommunal.html

En version papier, aux jours et heures habituels d'ouverture au public :

- en mairies de Saint-Dizier, Wassy & Rachecourt-sur-Marne :
- à la Maison des Officiers (2 Place Auguste Lebon) de La Porte du Der, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi.

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations et propositions :

- sur le registre dématérialisé : https://ssl.spl-xdemat.fr/Xenquetes ;
- par courrier électronique : enquetepubliqueplanification@agglo-saintdizier.fr ;
- sur les registres d'enquête papiers établis sur feuillets non mobiles, cotés et paraphés par un membre de la commission d'enquête, mis à sa disposition sur les mêmes sites que le dossier,
- par voie postale en adressant un courrier au Président de la commission d'enquête au siège de la CASDDB – Direction du Développement Urbain - Cité Administrative, 12 rue de la Commune de Paris, 52100 Saint-Dizier.

La commission d'enquête, représentée par un de ses membres, se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations, lors des permanences (aux lieux indiqués plus haut) suivantes :

- Saint-Dizier : lundi 18 octobre, de 9h à 12h et samedi 20 novembre, de 9h à 12h ;
- Wassy : lundi 8 novembre, de 15h à 17h et mercredi 17 novembre, de 10h à 12h ;
- Rachecourt-sur-Marne : mardi 9 novembre, de 10h à 12h ;
- La Porte du Der : jeudi 18 novembre de 10h à 12h.

Le dossier d'enquête publique peut être communiqué sur demande et aux frais du demandeur à la CASDDB.

Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête publique, le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables pendant un an par le public au siège de la CASDDB et sur son site Internet.

22 octobre

Saint-Dizier Der & Blaise Agglomération

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL DE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION SAINT-DIZIER, DER & BLAISE

AVIS D'ENQUETE PUBLIQUE

Une enquête publique relative à l'élaboration du RLPi de la CASDDB sera ouverte sur les 60 communes pour une durée de 34 jours consécutifs du 18 octobre à 9h au 20 novembre à 12h.

Le Tribunal Administratif de Châlons-en-Champagne a désigné une commission d'enquête composée de 3 membres : Monsieur Claude MARTIN, Président de la commission d'enquête, Monsieur Francis MICHEL et Monsieur Patrick RAMBOUR.

Le dossier d'enquête publique du projet d'élaboration du RLPi est consultable :

- en version informatique sur le site Internet :
https://www.saint-dizier.fr/demarches-services/urbanisme-et-architecture/reglement-local-de-publicite-intercommunal.html .

En version papier, aux jours et heures habituels d'ouverture au public :

- en mairies de Saint-Dizier, Wassy & Rachecourt-sur-Marne ;
- à la Maison des Officiers (2 Place Auguste Lebon) de La Porte du Der, de 8h à 12h15 du lundi au vendredi.

Pendant la durée de l'enquête, le public pourra consigner ses observations et propositions :

- sur le registre dématérialisé : https://ssl.spl-xdemat.fr/Xenquetes ;
- par courrier électronique : enquetepubliqueplanification@agglo-saintdizier.fr ;
- sur les registres d'enquête papiers établis sur feuillets non mobiles, cotés et paraphés par un membre de la commission d'enquête, mis à sa disposition sur les mêmes sites que le dossier,
- par voie postale en adressant un courrier au Président de la commission d'enquête au siège de la CASDDB – Direction du Développement Urbain - Cité Administrative, 12 rue de la Commune de Paris, 52100 Saint-Dizier.

La commission d'enquête, représentée par un de ses membres, se tiendra à la disposition du public pour recevoir ses observations, lors des permanences (aux lieux indiqués plus haut) suivantes :

- Saint-Dizier : lundi 18 octobre, de 9h à 12h et samedi 20 novembre, de 9h à 12h ;
- Wassy : lundi 8 novembre, de 15h à 17h et mercredi 17 novembre, de 10h à 12h ;
- Rachecourt-sur-Marne : mardi 9 novembre, de 10h à 12h ;
- La Porte du Der : jeudi 18 novembre de 10h à 12h.

Le dossier d'enquête publique peut être communiqué sur demande et aux frais du demandeur à la CASDDB.

Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête publique, le rapport et les conclusions de la commission d'enquête seront consultables pendant un an par le public au siège de la CASDDB et sur son site Internet.

De : Dominique LAROCHE
Envoyé : mardi 26 octobre 2021 12:22
À : enquetepubliqueplanification
Objet : Enquête publique relative à l'élaboration du RLPi de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise - observations à l'attention du commissaire enquêteur

Bonjour Monsieur le commissaire enquêteur,

J'ai pris connaissance avec intérêt des documents relatifs à la révision du Règlement Local de Publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise. Je souhaite partager quelques interrogations et observations :
1ère observation
Le mobilier urbain scellé au sol est interdit dans les communes de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants : ce n'est pas moi qui le dis mais les articles R581-42 et R581-31 du Code de l'environnement.
Il n'y a aucune unité urbaine de plus de 100 000 habitants sur ce territoire et seule la ville de Saint-Dizier compte une population de plus 10 000 habitants. Par conséquent, seule la ville de Saint-Dizier peut implanter du mobilier urbain sur son territoire.
Or, le règlement ne précise pas cette règle particulière dans la définition en préambule : chapitre 1.II.6.
Plus étonnant, il autorise l'installation de mobilier urbain dans les zones ZP1, ZP2 et ZP3 de chacune des communes de la Communauté d'Agglomération dont la population est inférieure à 10 000 habitants.
L'article L581-14 du Code de l'environnement indique que le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.
Ces règles ne sont pas respectées, car l'installation de ce type de mobilier y est illégale.
Le règlement commet selon cette analyse une erreur en introduisant une règle plus souple que le règlement national à laquelle il ne peut pas déroger.
2? observation
Pour les enseignes, le règlement indique au chapitre 5.III que des adaptations au règlement sont possibles dans certains cas. Les adaptations mineures existent en droit de l'urbanisme et sont codifiées au sein de l'article L152-3. Sauf erreur de lecture, une telle clause n'existe pas au Code de l'environnement. Ne doivent être appliquées par conséquent que les seules règles plus restrictives que la Communauté d'Agglomération se fixe dans le cadre de son règlement sans permettre un pouvoir d'appréciation supplémentaire et discriminatoire qui ne reposerait sur aucune règle légale. À titre d'exemple, le Conseil d'État a annulé les possibilités de déroger à la réglementation sur le handicap dans sa décision du 21 juillet 2009.
Cet article est à mon sens illégal et doit être supprimé, car il est destiné à assouplir la réglementation. Si la Communauté d'Agglomération souhaite adapter son règlement, elle doit le faire dès maintenant en phase d'élaboration ou par la voie de la révision. C'est en tout cas de cette façon que doit fonctionner un État de droit lorsque l'on suit les règles définies par le législateur.
3? observation
Depuis la loi n°2021-1104 du 22 août 2021, l'article L581-14-4 du Code de l'environnement permet au règlement local de publicité de définir des prescriptions pour les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial. Le rapport et le règlement n'abordent pas ce point qui constitue une source très importante de pollution visuelle quotidienne que l'on peut admirer dans les vitrines des pharmacies et des agences immobilières. De la sorte, le règlement ne respecte pas les enjeux définis dans la délibération pour le maintien d'un cadre de vie de qualité et de lutte contre les nuisances visuelles, alors qu'il interdit les enseignes numériques.
La Communauté d'Agglomération doit à mon avis justifier son choix de ne pas encadrer ces dispositifs qui font partie intégrante des orientations 3 et 4. Or cela n'est pas le cas.
4? observation
La Communauté d'Agglomération prescrit par délibération le 14/12/2018 puis le 08/07/2019 en prenant acte du débat sur les orientations. Mais une nouvelle délibération de prescription est prise le 16/12/2019. Cette nouvelle délibération se situe temporellement après le débat sur les orientations et sans qu'un nouveau débat ait lieu. J'avoue être interrogatif sur cet ordre chronologique des actes alors que la plupart des réunions de concertation a été organisée. Si l'on modifie les règles après les réunions, ne doit-on pas considérer que les réunions de concertation n'ont pas eu lieu ?

Merci de votre attention.
Cordialement.
M. LAROCHE

Déposée le 29 octobre 2021 à 10:02:13 par Dominique Laroche

Monsieur le Commissaire enquêteur

Dans le cadre des RLPi et leur révision, nombre d'analyses et - en conséquence - de propositions pertinentes émanent tant de citoyens éclairés que de structures spécialisées

Pour ma part, après leur étude et celle du dossier présenté et en tant que citoyen concerné, permettez-moi de vous soumettre les réflexions suivantes :

* la publicité, ayant pour vocation à nous faire consommer (et toujours plus), se trouve de plus en plus anachronique avec les temps présents, ceux-ci caractérisés par des crises majeures où nos modes de consommation se doivent d'être revus, à défaut d'être subis d'ici peu

* il y a donc nécessité, impérative :
- de revoir ce projet de RLPi à l'aune des enjeux actuels, notamment en le faisant coller à la transition écologique
- de diminuer avec volonté la densité et la surface de certains dispositifs
- de limiter au maximum, et mieux encore interdire, les dispositifs lumineux

* concernant ce projet de révision, il y a lieu :
- de compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones
- de limiter la publicité à 5 zones au maximum maximum, en supprimant les ZP2c et ZP3
- d'interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, y compris sur le mobilier urbain
- d'apporter les précisions manquantes

* concernant les publicités :
- interdire celles scellées au sol, hormis éventuellement en zone d'activités avec limitation à 2 m²
- interdire celles numériques, hormis éventuellement en ZP2a, avec limitation à 1 m²
- interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles

* concernant le mobilier urbain :
- interdire les publicités numériques
- limiter la publicité à une seule face pour les abris voyageurs
- placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation
- instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)
- interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

* concernant les enseignes :
- limiter à 6 m² sur chaque façade supérieure à 50 m²
- limiter à 4 m² sur chaque façade inférieure à 50 m²
- imposer l'extinction des enseignes lumineuses 1 h après la fermeture de l'établissement, et le rétablissement seulement 1 h avant l'ouverture
- interdire les enseignes scellées au sol, hormis si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique. A défaut, limiter à 2 m² en toutes zones
- interdire les enseignes sur toiture également en ZP2, ou à défaut limiter à 8 m²
- appliquer aux enseignes hors agglomération les mêmes dispositions
- obliger à un espace minimum de 1,40 m aux enseignes posées au sol pour le passage des piétons

En vous priant, Monsieur le Commissaire enquêteur, d'intégrer mon avis défavorable au projet présenté au vu des carences ci-dessus détaillées, et ce malgré quelques points positifs relevés

Avec mes remerciements, accompagnés de mes cordiales salutations

Michel MARIE
3 rue saint John Perse Apt 88
52100 SAINT-DIZIER

Déposée le 8 novembre 2021 à 09:39:14 par Michel MARIE

Projet de RLPi de Saint-Dizier
Der & Blaise agglomération (52)
Observations des associations
Paysages de France et Belles Forêts sur Marne

25 octobre 2021

Préambule

À l'instar de la crise sanitaire mondiale que nous traversons, considérée par des scientifiques de premier plan comme une conséquence probable de l'activité humaine sur la biodiversité, les évènements climatiques extrêmes (canicules, incendies géants, inondations, montée du niveau des océans...) se multiplient du fait d'une augmentation sans précédent des émissions de gaz à effet de serre.

Économies basées sur la recherche constante du profit, compétition effrénée entre les entreprises, exploitation sans limite des ressources naturelles, incitation à la surconsommation afin de maintenir un sacro-saint « taux de croissance » : ce cocktail détonnant n'attend qu'une étincelle pour déclencher de nouvelles crises aux conséquences bien plus dramatiques encore puisque c'est la vie sur Terre qui est en jeu.

La publicité, par sa vocation à nous faire consommer toujours plus, est un des vecteurs majeurs de cette logique infernale.

Or la publicité extérieure est l'une des plus invasives, puisque non sollicitée et s'imposant en permanence dans l'espace public.

A l'échelle de notre pays, les collectivités locales ont, au travers des règlements locaux de publicité, une responsabilité cruciale dans la transition écologique. Elles ne pourront s'exonérer de cette responsabilité, chaque acteur, à quelque niveau qu'il soit, se devant d'accompagner les mesures nationales qu'il convient de mettre en place. (Les 150 citoyens de la Convention pour le Climat proposent d'ailleurs l'interdiction de la publicité pour les produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre, voire, l'interdiction des panneaux publicitaires « dans les espaces publics extérieurs » !)

Les règlements locaux de publicité doivent donc, en plus de sauvegarder ou de nous permettre de retrouver nos paysages, limiter au maximum les effets négatifs des publicités et enseignes, en réduisant drastiquement leur place dans notre environnement.

Les arguments visant à sauver un secteur d'activité ou à engranger quelques recettes pour le budget local ne sont bien évidemment plus de mise face à l'urgence écologique.

PRINCIPES GÉNÉRAUX

1. De réelles avancées, compromises par des mesures regrettables

L'une des mesures positives du RLPi de Saint-Dizier Der & Blaise est sans nul doute la règle d'extinction nocturne commune aux publicités, enseignes et mobilier urbain de 22 h à 6 h.

Il faut également saluer l'interdiction des publicités numériques dans la plupart des zones, la limitation de surface de la publicité sur mobilier urbain et l'interdiction des enseignes numériques.

Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par la possibilité d'installer des publicités scellées au sol de plus de 10 m2, des panneaux numériques au format maximum de 8 m2, des enseignes murales gigantesques, des enseignes scellées au sol et sur toiture de grand format ou encore l'absence de réglementation des enseignes hors agglomération.

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que :

- **la transition écologique**, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique nécessitant que les mesures prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et, notamment, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés

- **la lutte contre l'incitation continuelle à la surconsommation et au gaspillage**, causes majeures de la destruction des ressources de la planète, qui de plus fragilisent et mettent en difficulté certaines catégories de la population.

- **la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité.**

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

- Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique
- Diminuer vraiment la surface et la densité de certains dispositifs
- Limiter au maximum les lumineux

2. Présentation du projet

Répétitions :

Le projet tel qu'il est écrit est difficile d'accès. Il aurait pu être considérablement réduit si les mesures s'appliquant à toutes les zones avaient été placées dans les dispositions générales, par exemple, les dessins concernant les enseignes se retrouvent à l'identique pour les différentes zones, alourdissant inutilement le document.

Zonage :

La logique du plan de zonage est celle qui prévaut dans la plupart des RLP réalisés par le bureau d'études Even : présenter un faible nombre de zones, qui sont ensuite découpées pour s'adapter au mieux au terrain.

« Le RLPI de la Communauté d'Agglomération Saint Dizier Der & Blaise est composé de quatre zones de publicité (ZP0 à ZP3), dont certaines sont divisées afin de s'adapter au mieux aux différentes particularités des secteurs à enjeux, identifiés lors du diagnostic. »

Traduction : Faire passer le RLP pour un règlement simple avec peu de zones, mais redécouper ces zones afin de **réserver aux afficheurs les secteurs les plus rentables de la ville et limiter la publicité dans les secteurs les moins rentables.**

On aboutit ainsi à 7 zones différentes, un nombre beaucoup trop élevé pour une agglomération de cette taille.

Cette logique est assumée ouvertement concernant la présentation de la ZP3 Axes : *« Ces axes sont actuellement particulièrement affichés car très passants. Afin d'assurer une transition entre zones d'activités et zones résidentielles, la publicité scellée au sol restera possible, mais limitée en nombre, de manière à diminuer petit à petit la densité de l'affichage publicitaire. »*

Alors que ces axes devraient être dépollués en priorité, on va laisser y prospérer des panneaux scellés au sol de 10,5 m2 . L'interdiction des doublons et la nécessité d'une longueur d'unité foncière supérieure à 20 m n'est bien évidemment pas de nature à limiter vraiment la densité de l'affichage.

Ainsi, la **ZP3 devrait être supprimée**, en intégrant les 2 axes concernés dans la ZP1b puisqu'ils longent les zones d'habitation de cette ZP1b.

La ZP2c devrait également être supprimée. En effet, la publicité y est totalement interdite. Comme les règles régissant les enseignes sont identiques en ZP2b et ZP2c, il paraît donc tout à fait logique de supprimer la ZP2c et d'indiquer pour la ZP2b : « Autres zones d'activités et hors agglomération ». Cela présenterait l'avantage de supprimer une zone de publicité inutile tout en réglementant les enseignes situées hors agglomération qui n'ont pas été traitées dans ce règlement.

Enfin, la ville de St Dizier a un grand projet de cœur de ville dont un projet de *« coeur commercial piéton »*. Il serait nécessaire (et logique) d'intégrer ce secteur dans la ZP0 ainsi que l'église Notre Dame voisine et le parc du château sous les remparts. Toute cette zone serait ainsi reliée au parc du Jard déjà en ZP0 et créerait un grand secteur protégé débarrassé de toute publicité.

Des erreurs à rectifier :

Le tableau récapitulatif indique 4 m2 pour les publicités scellées au sol, alors que le règlement indique 10,5 m2.

Concernant les enseignes en ZP3, on trouve une disposition relevant de la ZP0 (page 43), une autre de la ZP1 (page 44).

Chapitre 4, page 18 : une phrase est inutilement répétée : « Tout ajout, extension ou découpage ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif est interdit : la publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière. »

Deux précisions à apporter :

- Le terme *« publicités de chantier »* correspond apparemment à *« palissades de chantier »*. Celui-ci serait plus approprié dans la liste des dispositifs autorisés (afin d'éviter la confusion avec les publicités sur bâches de chantier).

- Dans le tableau récapitulatif concernant les publicités, on trouve en dernière ligne le terme *« covering grand format »*, avec l'indication *« RNP-soumis à autorisation du maire. »* Or le RNP (règlement national de publicité) ne mentionne nulle part ce type de dispositif. On ne retrouve pas ce terme dans les articles, ni dans le glossaire. Cette ligne doit donc être supprimée.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

- compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones
- limiter à 5 zones de publicité maximum, en supprimant les ZP2c et ZP3.
- corriger erreur et apporter précisions

3. Déconstruction des mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement

Le futur règlement devrait avoir pour but principal de réduire la pollution et les multiples nuisances engendrées par la publicité extérieure. Ici, c'est l'inverse qui est préconisé, puisque le règlement propose d'installer de la publicité dans des lieux qui en sont normalement protégés.

La dérogation à l'interdiction de la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, doit à l'évidence n'être envisagée que comme une mesure d'exception, conduite avec le plus grand discernement, c'est-à-dire en limitant au maximum le nombre de dispositifs et en recourant à des formats les plus réduits et les moins pénalisants possibles pour l'environnement.

L'église de Notre Dame et celle de Gigny ne méritent pas d'être encadrées de panneaux publicitaires !

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, y compris sur le mobilier urbain.

PUBLICITÉS

4. Publicités scellées au sol : des formats incompatibles avec une protection de l'environnement

Le projet prévoit d'autoriser des panneaux scellés au sol de 10,5 m2 en ZP2a et ZP3. Or, l'un des objectifs du RLPi de Saint-Dizier Der & Blaise est de «Maintenir un cadre de vie de qualité»

Comment peut-il être possible d'atteindre cet objectif en acceptant l'installation de panneaux scellés au sol de 10,5 m2 ?

Une surface de 10,5 m2, c'est le format désormais adopté nationalement par les afficheurs. **S'y conformer localement, c'est répondre à une demande de la profession, en entérinant les pratiques existantes, et non vouloir profondément améliorer le cadre de vie de nos concitoyens.** Ces panneaux sont par ailleurs fréquemment éclairés par projection ou transparence et peuvent être déroulants, avec un effet est encore plus désastreux. Alors qu'**une réduction à 4 m2 n'empêcherait nullement la lecture du message avec un impact visuel bien moindre**, rien ne peut justifier une taille de 10,5 m2, hormis l'intérêt économique pour les afficheurs.

Le format de 10,5 m2 est très proche du maximum autorisé par le Code de l'environnement (les fameux 4 X 3). Or, ces panneaux sont devenus le symbole tristement célèbre de la laideur, des nuisances et de la pollution engendrées par l'affichage publicitaire.

Ainsi, non seulement le cadre de vie et l'environnement des habitants serait gravement affecté par cette pollution, mais les axes principaux, très parcourus quotidiennement, qui constituent donc les paysages les plus vus et qui, partant, sont l'une des vitrines de Saint-Dizier, seraient littéralement livrés aux afficheurs.

Cela alors même qu'ils devraient, par excellence, faire l'objet de toute l'attention et du traitement approprié que méritent les axes majeurs, comme c'est le cas dans nombre de RLP.

Les publicités de plus petit format (4 m2) sont, chacun peut le constater, tout à fait visibles et lisibles dans les communes de moins de 10 000 habitants. Elles ne sont de plus, dans ces communes, qu'apposées sur des murs. Pourquoi seraient-elles moins lisibles dans une ville comme Saint-Dizier, alors que les véhicules (et les piétons) y circulent à la même vitesse ? Le grand format de 10,5 m2 n'a comme seule utilité que de gonfler le chiffre d'affaire des afficheurs (et accessoirement d'accroître le matraquage publicitaire), avec de désastreux effets sur les paysages.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activités limitées à 2 m2.

5. Publicité numérique : un très mauvais exemple

Le projet autorise en ZP2a la publicité numérique sur des panneaux de 8 m2, le format maximum autorisé par le Code de l'environnement.

Or, les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, font partie des dispositifs qui, outre leur effet de banalisation, ont le plus fort impact sur leur environnement ;

L'effet perturbateur de ces derniers sur l'ambiance paysagère d'un lieu, du fait notamment d'éclairs (flashes) intermittents, est extrêmement violent ;

Des enjeux environnementaux et sociétaux majeurs sont également en cause, tels la protection du ciel nocturne, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique, la surconsommation et le gaspillage des ressources de la planète, la mise en difficulté de certaines catégories de personnes au faible pouvoir d'achat (Incitation continuelle, et par toutes sortes de procédés, à acheter et consommer).

Alors que, partout, l'ordre du jour est à la réduction de l'éclairage public et alors que, nous répète-t-on jour après jour, la « planète brûle », installer massivement des publicités

lumineuses va très exactement à l'encontre des mesures que les collectivités se doivent aujourd'hui de prendre dans le cadre de la transition écologique et de tout ce qu'il convient de faire en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

Comment demander aux citoyens d'agir au quotidien par de multiples gestes et d'accepter les contraintes qu'impose l'urgence écologique, si, dans le même temps, la collectivité donne un contre-exemple de ce qu'il convient en toute logique de faire ?

Il apparaît donc indispensable, en vue de pallier les conséquences environnementales de ce grave défaut de conseil de la part du bureau d'études, de reprendre la réflexion et d'étudier quelles mesures raisonnables pourraient être prises dans le cadre du RLP.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en ZP2a, limitée à 1 m2.

6. Bâches de chantier et dispositifs de dimensions exceptionnelles : pollution à grande échelle

Le RNP autorise 50% de leur surface pour la publicité. Ces dispositifs gigantesques, visibles de très loin, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles ne sont soumis à aucune limite de surface qu'ils soient sur support ou scellés au sol. Les panneaux numériques sont limités à 50 m2 !

Le projet, en renvoyant ces dispositifs à l'appréciation du maire de la commune, laisse la porte ouverte à des publicités hors normes.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Limiter à 12 m2 la publicité sur les bâches de chantier.

Interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles.

7. Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain

Le projet prévoit d'autoriser massivement et sans la moindre règle de densité, y compris dans les « cœurs historiques », la publicité sur mobilier urbain.

Indépendamment des très graves atteintes portées au paysage et au cadre de vie, des effets de banalisation ainsi engendrés, un tel parti pris apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui.

La logique consistant à faire des voies publiques (trottoirs) des lieux où peuvent se déployer de tels panneaux publicitaires va, en effet, très exactement à l'encontre de ce qu'une collectivité se doit de faire en matière d'environnement.

Quel exemple donnerait Saint-Dizier Der & Blaise agglomération en polluant ainsi l'espace public, encombrant des trottoirs dont la vocation première est le déplacement des piétons pour se rendre à leur travail, faire leurs courses ou tout simplement flâner ?

Paysages de France

Belles Forêts Sur Marne

Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent.

De plus, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre l'incitation continuelle à la surconsommation et au gaspillage nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

La publicité sur les abris pour voyageurs

Force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement. Bien qu'un abri destiné au public n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

L' article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que « Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction [...], supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. »

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent prospérer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Le rôle du bureau d'étude en la matière est de conseiller la ville en lui demandant, comme le font certaines collectivités, de rappeler clairement dans une mesure du RLP le rôle accessoire de la publicité sur ces dispositifs.

Mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

Le projet dans sa version actuelle prévoit d'autoriser, dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants, la publicité scellée au sol sur mobilier urbain. Une telle disposition est illégale et doit impérativement être corrigée.

Il convient en effet de rappeler qu'en vertu des dispositions combinées des articles R.581-42 et R.581-31, la publicité sur mobilier urbain y est interdite dès lors qu'aucune des communes concernées ne fait partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'interdiction de la publicité sur mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants est explicitement rappelée dans le guide juridique publié en 2014 par le ministère de l'Écologie. Cette interdiction est signalée par le rédacteur comme résultant d'une « erreur rédactionnelle ».

Pour autant, contrairement aux erreurs avérées, toutes corrigées depuis par décret, cette erreur supposée n'a jamais fait l'objet d'une quelconque "correction".

En tout état de cause, il va de soi que la réglementation qui s'applique est celle en vigueur et non une quelconque réglementation « virtuelle ».

En prévoyant d'autoriser la publicité sur mobilier urbain dans les communes où le Code de l'environnement l'interdit, le bureau d'étude intervenant est à l'origine d'un très grave défaut de conseil.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire le numérique.

Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à une seule face.

Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.

Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)

Interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

ENSEIGNES

8. Des enseignes sur façade démesurées

Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes ». À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m2 !

Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage.

Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Limiter à 6 m2 pour chaque façade supérieure à 50 m2

Limiter à 4 m2 pour chaque façade inférieure à 50 m2

9. Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

L'article L. 581-3 du Code de l'environnement stipule que « Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.»

Paysages de France

Belles Forêts Sur Marne

Dès lors que l'activité en question ne s'y exerce plus (entre la fermeture et l'ouverture de l'établissement), l'enseigne n'a plus de raison d'être. Ce raisonnement prend toute sa force avec les enseignes lumineuses qui sont ainsi détournées de leur usage initial à des fins publicitaires.

La règle d'extinction proposée (22 h – 6 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Préconisation de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.

10. Des enseignes scellées au sol inutiles

Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment

où s'exerce l'activité.

- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

La limitation à 6 m2 en ZP2 b et ZP2 c ainsi que la limitation à 10,5 m2 en ZP2a correspondent approximativement aux maximum imposées par le RNP en fonction de la taille des agglomérations.

De nombreuses collectivités ont décidé d'imposer une surface identique, quelque que soit la taille de l'agglomération, participant ainsi à une dépollution nécessaire de leurs zones d'activités.

Concernant les enseignes posées au sol sur domaine public, il est indispensable, afin de ne pas créer d'obstacle à la circulation piétonne, de laisser un libre passage de 1,40 m de large au minimum sur les trottoirs.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique. A défaut, limiter à 2 m2 en toutes zones.

Enseignes posées au sol : espace minimum de 1,40 m pour le passage des piétons.

11. Des enseignes sur toiture énormes

Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement.

Paysages de France

Belles Forêts Sur Marne

Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m2, elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans leur centre ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale.

L'interdiction de ces enseignes en ZP1 et ZP3 montre bien que la collectivité a conscience de leur inutilité. Les interdire sur toute la métropole ne serait donc que la poursuite logique de cette demie-mesure.

Préconisation de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire les enseignes sur toiture également en ZP2, ou à défaut limiter à 8 m2.

12. Les enseignes hors agglomération oubliées

Les enseignes hors agglomération ont été exclues du projet, autorisant ainsi les dispositions les plus laxistes du Code de l'environnement : enseignes scellées au sol de 6 m2 , enseignes de moins de 1 m2 sans limitation de nombre, enseignes sur toiture jusqu'à 60 m2 !, enseignes sur façade et numériques pouvant atteindre des surfaces hors norme, avec une règle d'extinction nocturne de 1 h à 6 h.

Alors que ces établissements situés en zone rurale devraient faire l'objet d'une attention toute particulière, ce serait au contraire ceux qui pourraient polluer le plus !

Préconisation de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant la ZP2b.

13. Des dispositifs que la collectivité est enfin en droit de réglementer

Le Grenelle de l'environnement avait encadré les publicités et enseignes numériques, nouveaux dispositifs n'existant pas lors de l'instauration de la de 1979.

Malheureusement, les mesures prises ne concernaient que la publicité extérieure et de nombreux annonceurs et enseignistes s'étaient engouffrés dans le vide réglementaire concernant les publicités et enseignes placés derrière une vitrine, provoquant une levée de boucliers de la part de nombreux habitants et communes qui ne disposaient d'aucun moyen pour lutter contre ces dispositifs.

Il était ainsi possible de plaquer un panneau numérique contre la vitrine d'un établissement, sans limite de surface (hormis celle de la vitrine), sans limite de luminosité, non soumis aux règles d'extinction du RLP et cela sur tout le territoire de la commune.

La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre ce genre de dispositif (article L 581-14-4 du Code de l'environnement), avec effet immédiat.

Paysages de France

Belles Forêts Sur Marne

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, le simple bon sens ne peut que bannir ces panneaux numériques.

Préconisation de Paysages de France :

- Interdire les publicités et enseignes numériques placées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et visibles d'une voie publique
- Autoriser uniquement les dispositifs éclairés par projection ou transparence
- Appliquer à ces dispositifs les règles d'extinction des publicités lumineuses
- Adapter en conséquence le rapport de présentation

Malgré quelques points positifs, nos associations émettent un **avis défavorable** sur ce projet (panneaux de grand format, publicité numérique, publicité sur mobilier urbain insuffisamment réglementée, enseignes scellées au sol et sur toiture inutiles, enseignes hors agglomération non réglementées...)

Jean-Marie DELALANDE, vice-président de Paysages de France,
5 place Bir-Hakeim 38000 GRENOBLE

Max DAVIGOT, membre de la collégiale de "Belles forêts sur Marne"
5 impasse du général Maistre 52100 SAINT-DIZIER

Paysages de France

Belles Forêts Sur Marne

Bonjour
Adhérent de Belles Forêt sur Marne et de Paysages de France, je partage totalement leurs critiques et donc je joint le dossier qu'ils ont réalisés. Celui-ci a été légèrement modifié par rapport à la version déjà sur le site de l'agglomération.
Merci de votre attention

Pièce jointe

Déposée le 9 novembre 2021 à 11:47:43 par Daniel Besnard

Ci- joint un résumé de mes commentaires à propos du RLPi

Pièce jointe

Déposée le 16 novembre 2021 à 19:22:20 par Daniel Besnard

Commentaires sur le projet de RLPi St Dizier Der et Blaise Chapitre 1: Les publicités lumineuses, dont numériques, doivent être interdites sur tout le territoire : elles sont accidentogènes, agressives, gaspilleuses d'énergie (économisons la). Enseignes: un délai de 6 ans pour la mise en conformité est bien trop long: 3 ans doivent suffirent. Chapitre 2: zones Le règlement annonce 4 zones de publicité, ce qui est déjà beaucoup; mais des zones sont divisées: ZP1a et b, ZP2a, b et c, ce qui porte à 7 le nombre de zones, C'est beaucoup trop car cela rend le règlement complexe et difficilement applicable. Il faut ramener à 4 le nombre de zones en éliminant les subdivisions et (ou) en supprimant la ZP3 qui sinon se transformera en forêt de panneaux scellés au sol. Le fait que ces boulevards soient passants devrait interdire les gros panneaux de 10m² pour préserver le paysage urbain. ZP0: ajouter dans cette zone le futur cœur commercial piéton, les jardins du château, l'église de Gigny et celle de Notre-Dame ZP2c: on ne voit pas son intérêt sauf à compliquer le règlement. A fusionner avec ZP2b ZP3: à fusionner avec ZP1. Chapitre 3: matériel Règles d'extinction :les enseignes lumineuses doivent être éteintes lorsque l'activité cesse: gaspillage d'énergie (économisons la). On peut tolérer un allumage une demi-heure avant et une extinction une demi-heure après. Chapitre 4: règles publicités et pré-enseignes: Règles communes: -répétition inutile du 1er paragraphe -supprimer la levée de l'interdiction de publicité au sein des périmètres de protection des monuments historiques. -ajouter :les dispositifs temporaires doivent suivre les mêmes règles que les dispositifs permanents. -interdire lespublicités scellées au sol de plus de 2 m². ZP0: interdire les publicités (sur palissade) de chantiers sauf si elles on un rapport direct avec celuici. ZP1: ZP1b interdire la publicité murale supérieure à 2 m² interdire les publicités de chantiers sauf si elles on un rapport direct avec celui-ci interdire les publicités sur bâches de chantiers interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles ZP2: interdire les publicités de chantiers sauf si elles on un rapport direct a

ZP2: interdire les publicités de chantiers sauf si elles on un rapport direct avec celui-ci interdire les publicités sur bâches de chantiers interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles ZP3: fusionner avec la ZP2 Chapitre 5: enseignes simplifier ce chapitre qui comporte de nombreuses répétitions et le rend particulièrement illisible (est-ce volontaire?) enseignes posées au sol sur domaine public: elles doivent laisser un libre passage de 1,5m de large au minimum sur les trottoirs (pas d'obstacle à la circulation piétonne)

ZP3: fusionner avec la ZP2 Chapitre 5: enseignes simplifier ce chapitre qui comporte de nombreuses répétitions et le rend particulièrement illisible (est-ce volontaire?) enseignes posées au sol sur domaine public: elles doivent laisser un libre passage de 1,5m de large au minimum sur les trottoirs (pas d'obstacle à la circulation piétonne)

Le classement de la zone communale proposée ne correspond pas au secteur et à l'activité commerciale existante dans le village. En effet, la commune accueille de nombreux commerces et entreprises artisanales ainsi que des services de santé. Nous demandons que l'emprise de l'Avenue de Belgique, l'Avenue de Wassy ainsi que la rue de l'Aurore soient intégrées en zone ZP1b et les zones artisanales en ZP2b.

Pièce jointe

Déposée le 10 novembre 2021 à 16:11:29 par Didier Landry

Saint-Dizier Der & Blaise
Limites d'agglomération
RPLi de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier Der & Blaise
Rachecourt-sur-Marne
Bayard-sur-Marne
Chevillon
163
166
162
165
ZB168
ZP2b
ZP1b
ZP1a
0
100 m

UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Monsieur le Président de la Commission d'enquête
Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise
Direction du Développement Urbain
Cité Administrative
12 rue de la Commune de Paris
52100 Saint-Dizier

Paris, le 19 novembre 2021

À l'attention de Monsieur Claude MARTIN

Objet : élaboration du règlement local de publicité intercommunal
Enquête publique

Monsieur le Président de la Commission d'enquête,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise arrêté en séance du Conseil communautaire le 27 février 2020 et soumis actuellement à enquête publique.

En effet, ce projet ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Cette exigence de conciliation, à laquelle tout RLPi doit répondre, est pourtant imposée par le code de l'environnement.

Les découpages du territoire et la multiplication des règles associées à chacune des zones impactent lourdement le média de la communication extérieure « grand format ». Le projet de RLPi alourdit excessivement les contraintes économiques auxquelles notre média est soumis et ne permet pas d'assurer sa pérennité à moyen terme.

C'est pourquoi, nous vous présentons nos demandes d'aménagements règlementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Vous trouverez à cet effet une présentation jointe au présent courrier détaillant nos différentes propositions. Celles-ci demeurent, en tout état de cause, plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L581-14 du code de l'environnement.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Président de la Commission d'enquête, mes salutations distinguées.

Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE

PJ : dossier de présentation

2, rue Sainte Lucie | 75015 Paris | Tél : 01 47 42 16 28 | Fax : 01 47 42 89 96
contact@upe.fr | www.upe.fr | SIRET : 30302628000030 | APE : 9411Z

UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- L'affichage de grand format ;
- L'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales ;
- La publicité dans les transports et les centres commerciaux ;
- La publicité numérique ;
- Les bâches et l'affichage évènementiel.

http://www.upe.fr/

Novembre 2021

Contribution à l'élaboration du règlement local de publicité *intercommunal* (RLPi)

Enquête publique

Saint-Dizier, Der et Blaise Agglomération

Le présent document a pour objectif de :

I. Présenter le secteur de la communication extérieure, préalable indispensable pour comprendre les enjeux des règles contenues dans un RLPi ;

II. Rappeler les grands principes applicables aux RLPi ;

III. Contribuer à la procédure d'élaboration du RLPi initiée par la Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der et Blaise.

Préambule

Une étude internationale portant sur la contribution économique de la publicité en Europe a été réalisée par le cabinet Deloitte à la demande de la *World Federation of Advertisers*. Cette étude démontre l'impact positif du secteur de la publicité tant en termes de croissance et d'emplois.

Deloitte.

The economic contribution of advertising in Europe
A report for the World Federation of Advertisers

Janvier 2017

Synthèse :

Ce rapport inédit a permis de démontrer la contribution de la publicité à l'économie et d'évaluer les bénéfices tangibles qu'elle procure aux citoyens.

En utilisant un modèle économétrique basé sur 17 ans de données, cette étude a montré que l'investissement publicitaire en France avait un **impact multiplicateur de 7,85** sur l'économie en général.

Autrement dit, 1 euro investi en publicité dans les médias permet de créer 7,85 euros d'activité économique supplémentaire.

En outre, l'étude de Deloitte a évalué que la publicité contribue directement et indirectement à la création de 536 000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.

I. La communication extérieure, un outil de communication locale et régionale :

- ✓ La communication extérieure est un **mass-média**, **tout particulièrement sur les marchés locaux**. C'est aujourd'hui **le média local le plus puissant qui participe notamment à la relance économique engagée par les pouvoirs publics.**

- ✓ Elle est un **média privilégié** pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque.

- ✓ Il s'agit également d'un **média de proximité**, dimension capitale dans une stratégie de communication locale. **Seuls Internet et la publicité extérieure** offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise. La publicité extérieure reste un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. **Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE), ni pour l'emploi local.**

- ✓ La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment.

La communication extérieure – un média moderne et indispensable

La part de marché de la communication extérieure est en progression constante depuis 2006 (hors Internet)

Une mobilité en croissance

✓ +39 min passées hors domicile en 10 ans *(Source : TGI-Kantar)*

✓ 70% des Français utilisent régulièrement les transports en commun, +7pts en 5 ans *(Source : Enquête UTP 2018)*

Une urbanisation en croissance

✓ +9 millions de français vivant en zone urbaine depuis 1982 *(Source : Insee)*

✓ 80 % des Français vivent en ville, 86% d'ici 2050 *(Source : Insee)*

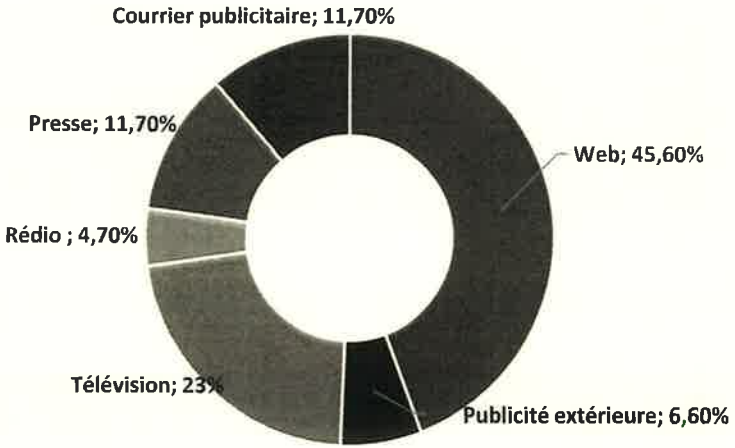
D'où une progression de l'audience de la communication extérieure

La ville est un territoire actif, le plus grand réseau social du monde réel

La communication extérieure – un média « pluriel »

Maintenir la présence de la communication extérieure, c'est favoriser la pluralité des médias

Recettes publicitaires des médias 2020



FRANCE PUB irep KANTAR

- ✓ Internet est devenu le premier média publicitaire, devant la télévision. Il représente en 2020, 45,60% du marché publicitaire en France et 54,2% du marché publicitaire aux Etats- Unis.
- ✓ Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante de Google et Facebook sur le marché publicitaire.
- ✓ la publicité extérieure contribue à l'information des consommateurs et permet de mieux les éclairer quant à leur choix de produits ou de services. 77 % des consommateurs souhaitent en effet que les marques « parlent de leur utilité dans la nouvelle vie quotidienne » et 75 % veulent qu'elles « informent sur leurs efforts pour faire face à la situation » par leurs actions de communication (baromètre Kantar de mars 2020).

Saint-Dizier, Der et Blaise Agglomération

La communication extérieure – une activité économique locale et multiple

Fabricants de matériel

Imprimeurs

Agents de terrain

Commerçants

Monteurs

Commerciaux

Agences de publicité

Administratifs

La communication extérieure représente plus de 200 sociétés nationales, régionales ou locales et près de 15 000 salariés, répartis dans tout le territoire national dans plusieurs centaines d'agences locales.

La communication extérieure : un média en perpétuelle évolution

Du simple plateau en acier galvanisé, aux « trivision », vitrines ou encore dispositifs numériques, la communication extérieure est un média en pleine évolution. En effet, le digital, technologie du XXIème siècle, est une innovation majeure pour notre média. Toutefois, le digital ne représente aujourd'hui que 1% du parc. Des données précises sur la publicité numérique sont maintenant disponibles via l'étude KPMG réalisée en 2020 (http://www.upe.fr/?rub=l-actualite&id=126).

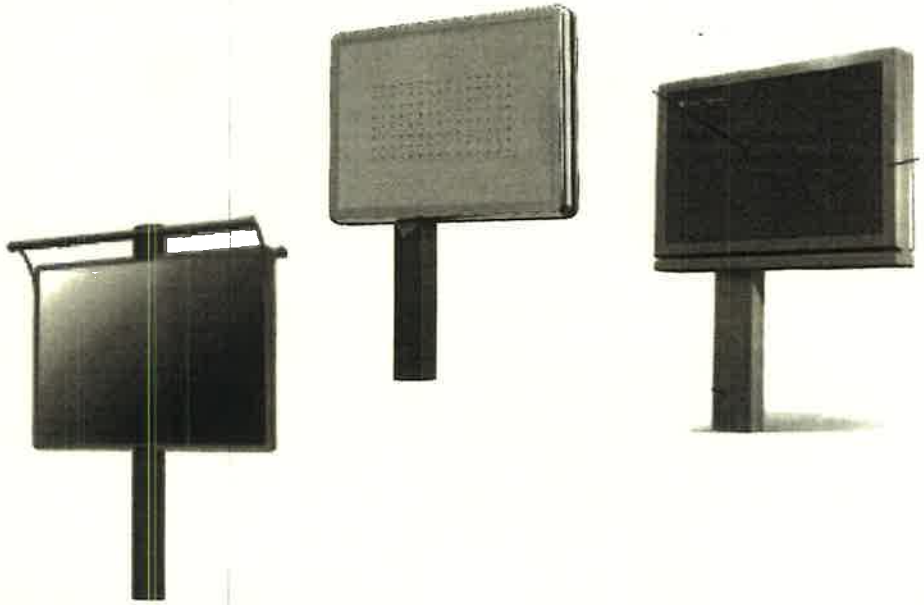
Sans attendre des dispositions réglementaires, les opérateurs ont su tenir compte des attentes environnementales de la population.

- Depuis ces **10 dernières années**, le nombre de **dispositifs publicitaires** implantés en France a été **divisé par deux.**

A ce jour, plus de 60% des dispositifs sont seuls sur leur unité foncière (Etude JCDecaux sur 8400 dispositifs en France / avril 2020).

- Depuis de très nombreuses années, les opérateurs ont volontairement réduit le format des dispositifs passant de 12 m² d'affiche à un format dit « 8 m² » d'affiche quelle que soit la technologie employée.

- Dès 1988, des investissements importants ont permis la réalisation de dispositifs alliant esthétisme et intégration urbaine.



Tous ces dispositifs utilisés à ce jour n'ont qu'un seul point commun : un format de l'affiche dit « 8 m² ».

La communication extérieure : un média accélérateur de la mutation

➢ Les affiches papiers sont au cœur de notre activité et répondent à des exigences environnementales strictes.

♻ Labels FSC et PEFC : nous utilisons du papier certifié, garantissant une gestion durable et responsable des forêts.

♻ Impressions : nous exigeons des imprimeurs d'utiliser des encres végétales et des matériaux recyclables pour le conditionnement.

♻ Recyclage : les affiches utilisées sont recyclées via une filière adaptée.

➢ La publicité permet également de promouvoir des entreprises vertueuses et de contribuer ainsi à leur développement.

- Limiter fortement, voire interdire la publicité, conduirait à priver les entreprises, les produits ou les services dits « responsables » de la possibilité de se faire connaître largement.

La publicité extérieure peut contribuer au changement de production et de consommation.

La communication extérieure : un média accélérateur de la mutation

ENGAGEMENTS DE L'UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE EN FAVEUR DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE, mars 2021

La lutte contre l'urgence climatique et pour la protection de l'environnement sont des causes d'intérêt humain, un engagement de la France et de l'Union européenne, une responsabilité individuelle et collective.

Face à la crise climatique, comme face à la crise sanitaire et ses conséquences, pouvoirs publics, citoyens et acteurs privés doivent être partenaires pour élaborer des solutions efficaces et concrètes.

Média de la proximité et de la mobilité, la communication extérieure a engagé sa transition écologique depuis de nombreuses années et entend l'amplifier pour contribuer à celle de l'économie et de la société françaises.

Vous trouverez via le lien suivant les engagements complets : http://www.upe.fr/?rub=1-actualite&id=127

Trajectoire de réduction de l'empreinte carbone de l'activité publicitaire de la communication extérieure

En 2019, le montant total estimé des émissions de CO_2 de l'activité publicitaire de la communication extérieure s'élève à 98 ktéq CO_2, dont 78 ktéq CO_2 émis par les quatre principaux membres de l'Union de la Publicité Extérieure.

Les adhérents nationaux, régionaux et locaux de l'UPE[5], qui représentent environ 80% du marché de la communication extérieure en France, s'engagent dans le temps à réduire leurs émissions de CO_2 :

- 2025 : **réduction de 20%[6]** des émissions de CO_2 de son activité par rapport à 2019 ;
- 2030 : **réduction de 48%[6]** des émissions de CO_2 de son activité par rapport à 2019 ;
- 2050 : poursuite de la diminution des émissions de CO_2 pour atteindre la **neutralité carbone** en recourant le moins possible aux mécanismes de compensation.

La publicité extérieure peut contribuer au changement de production et de consommation.

La communication extérieure : un média indispensable

Seuls Internet et la publicité extérieure offrent la possibilité de communiquer dans une **zone géographique précise.**

De plus, la communication extérieure offre l'avantage d'être un média d'interception et d'interpellation plutôt que d'intrusion. Elle est un vecteur indispensable pour que les entreprises locales puissent assurer leur développement.

Les **annonceurs locaux** ont en effet besoin d'outils de communication pour leur notoriété, annoncer leur activité et **se faire connaître et reconnaître** dans leur zone de chalandise.

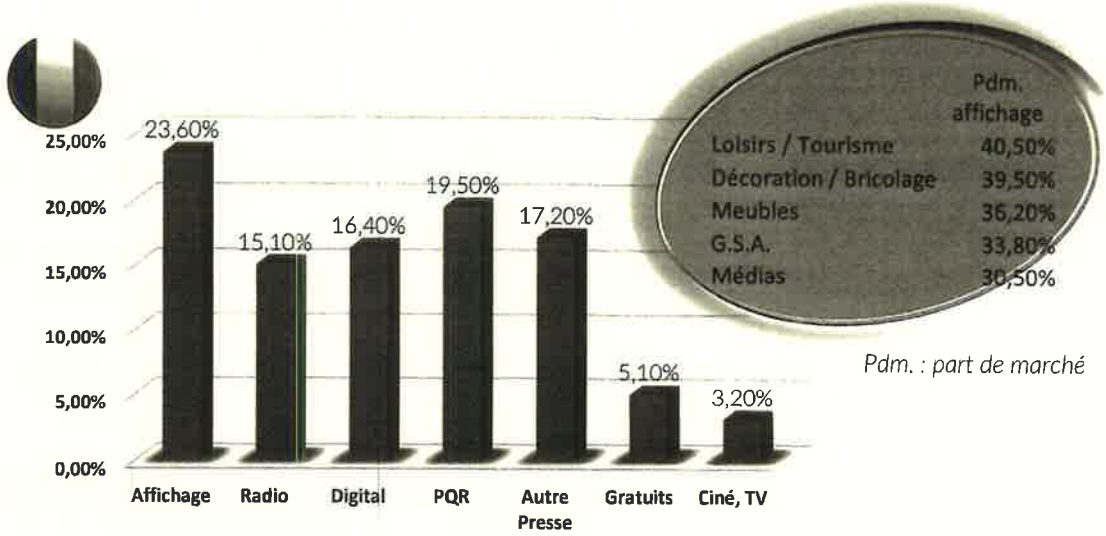
Pénaliser la publicité extérieure renforce la position dominante des GAFA sur le marché publicitaire sans bénéfice au niveau local (TLPE).
De plus, « *Par rapport à la transition numérique et la concurrence des GAFA, la publicité représente un levier d'activités économiques et d'emplois plus important que jamais.* » (avis du Comité économique et social européen du 20.10.2021)

Le marché de la communication extérieure - investissements locaux en France

De très nombreux annonceurs locaux communiquent sur les réseaux d'affichage présents en France, notamment pour une communication directionnelle. Tous les secteurs d'activités sont représentés : salons, aquarium, sport, agence immobilière, grande distribution, bricolage, cuisiniste, hôtellerie, restauration, loisirs, mutuelles...

La communication extérieure est faite par et pour les annonceurs locaux. Elle est le dernier média leur permettant d'être connus de tous sans ciblage marketing.

Pourcentages de dépenses média attribués à la communication extérieure - *données France Pub 2019*



Pdm. : part de marché

Dans le territoire français, l'affichage représente 23,60 % des investissements publicitaires locaux (1er média).
source France Pub 2019

L'efficacité d'une implantation

La communication extérieure est le plus ancien média. Les annonceurs souhaitent bénéficier d'*audiences*, ce que permet justement de mesurer avec la plus grande précision la communication extérieure.

L'efficacité du média « des déplacements » repose sur le **respect des audiences** qui sont obtenues par **deux notions essentielles** à sa raison d'être :

- **La couverture :** nombre de personnes appartenant à la cible, touchées au moins une fois par le message dans le cadre d'une campagne publicitaire.
- **La répétition :** nombre moyen de contacts par personne appartenant à la cible touchée dans le cadre d'une campagne.

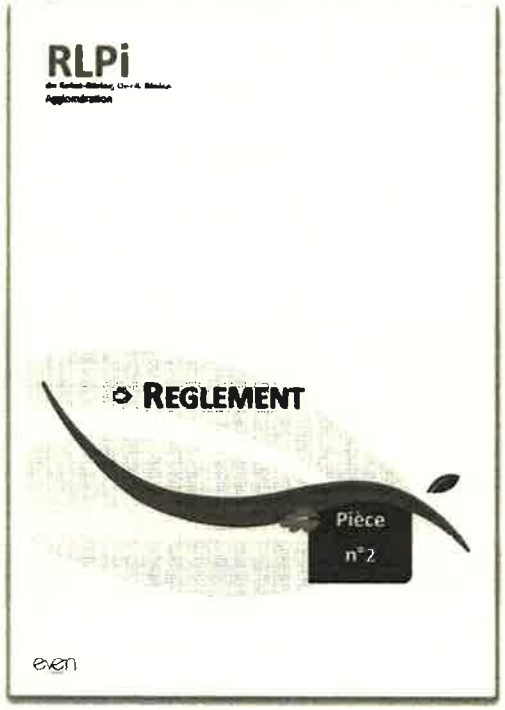
II. Les objectifs d'un RLPi

- ✓ A partir du Règlement National de la Publicité (RNP - inscrit dans le code de l'environnement), **le RLPi donne la possibilité d'adapter les règles nationales aux enjeux locaux**, permettant ainsi d'intégrer la publicité et les enseignes dans toute leur diversité au territoire considéré.
- ✓ Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions dites « relatives ». Le RLPi peut ainsi s'avérer être **un outil pour réintroduire la publicité** dans les zones d'interdictions relatives de publicité.
- ✓ Le RLPi doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes **d'urbanisation et de technologies.**
- ✓ Le RLPi doit être lisible et source de **sécurité juridique.** Il ne doit pas être un document excessivement complexe et se doit d'encadrer les installations publicitaires de manière claire pour gagner en efficacité. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation juridique pour les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter.

➢ **Un territoire donné doit donc faire l'objet d'une réglementation harmonieuse via des règles simples et accessibles.**

Il est primordial de conjuguer attractivité et cadre de vie tout en respectant les codes du succès de la communication extérieure.

III. Propositions de l'UPE sur le projet de RLPi arrêté en séance du Conseil communautaire le 27 février 2020 et présenté en enquête publique



Dispositions générales

2. Autorisations

- Les publicités lumineuses (dont numériques) sont soumises à autorisation du maire.
- Les enseignes sont également soumises à autorisation du maire « Sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8, ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à l'autorisation » (article L. 581-18, alinéa 3 du code de l'environnement).

Problématiques

- Le projet de règlement considère que les publicités lumineuses dont les publicités numériques sont soumises à autorisation du maire.
- Selon l'article L581-9 du code de l'environnement, « *L'installation des dispositifs de publicité lumineuse autres que ceux qui supportent des affiches éclairées par projection ou par transparence est soumise à l'autorisation de l'autorité compétente.* » Autrement dit, seule la publicité numérique est soumise à autorisation préalable, la publicité éclairée par projection ou par transparence étant, quant à elle, soumise à déclaration préalable.
- De plus, selon la jurisprudence administrative, l'autorité compétente pour élaborer un RLPi ne peut instituer un régime d'autorisation préalable non prévu par la loi (voir en ce sens, CAA Marseille, 21 février 2008, N° 06MA00444).

Propositions

- Pour toutes ces raisons, nous préconisons de bien préciser que la publicité éclairée par projection ou par transparence est soumise à déclaration préalable sur le fondement de l'article L581-9 du code de l'environnement.

Dispositions générales

III. Accessoires

- Dans un souci d'esthétique et de préservation de l'environnement, les accessoires suivants sont interdits : jambes de forces, haubans, pieds-échelle, fondations (béton) dépassant le niveau du sol, gouttières à colle.
- Les dispositifs permanents (passerelles, etc...) facilitant la pose des affiches sont interdits. Ceux-ci devront obligatoirement être amovibles.

Problématiques

- Nous notons une contradiction dans le projet de règlement s'agissant des passerelles de sécurité. Il convient de rappeler que les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « *L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs* ».
- De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Propositions

- Afin de tenir compte des impératifs en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante :

« *Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser* ».

Dispositions générales

IV. Règles d'extinction nocturne

- Les publicités, préenseignes lumineuses et enseignes, y compris numériques et y compris sur mobilier urbain, doivent respecter les plages horaires d'extinction nocturne fixées de 22 heures à 6 heures pour l'ensemble des zones.

Problématiques

- En vertu de l'article R581-35 du code de l'environnement, « *Dans les unités urbaines de moins de 800 000 habitants, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures* ».
- La Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der et Blaise compte 57 096 habitants (INSEE – 2018). Ainsi, selon le règlement national de publicité, les publicités lumineuses doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures.

Propositions

- Pour toutes ces raisons, nous demandons l'application du règlement national de publicité s'agissant des horaires d'extinction des publicités lumineuses sur domaine privé.

Zonage

7 zones de réglementations différentes sont instituées par le projet de règlement. Cela ne facilite pas une bonne application du projet de règlementation.

I. ZP0 – Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés

- La ZP0 concerne l'ensemble des secteurs de nature (bords de rivière, de canaux protégés sur 20 m de part et d'autre de l'axe du fil d'eau), les voies ferrées, une partie des bourgs patrimoniaux, ainsi qu'une partie des abords immédiats des monuments historiques

II. ZP1 – Centres-villes et zones résidentielles

- Ce zonage est subdivisé afin de s'adapter aux besoins économiques de chaque secteur. Ainsi en ZP1a la publicité est limitée au petit mobilier urbain, tandis que les petites publicités murales sont également autorisées en ZP1b.

III. ZP2 – Zones d'activités

- La ZP2 recouvre l'ensemble des zones d'activités du territoire. Ainsi la ZP2a couvre la zone du Chêne Saint Amand située sur Saint-Dizier.
- La ZP2b couvre l'ensemble des zones d'activités présentes dans les communes de moins de 10 000 habitants
- La ZP2c couvre les zones d'activités hors agglomération et plus précisément le secteur du Parc d'activités de référence sur Saint-Dizier-Bettancourt. Les règles d'enseignes sont identiques à la ZP2b, en revanche la publicité y est interdite.

IV. ZP3 – Axes tampons entre zones commerciales et zones résidentielles

- La ZP3 couvre deux axes qui sont à la connexion entre des zones d'activités et des secteurs résidentiels

ZONE 0

1. Dispositions applicables en ZP0

En ZP0 toute publicité est interdite en dehors des pré-enseignes temporaires et des publicités de chantiers.

Problématiques

- Au regard de la protection voulue en ZP0, nous sommes surpris de voir le domaine ferroviaire intégré dans ce zonage.
- En effet, comme illustré par les documents photographiques ci-dessous, le secteur ferroviaire ne peut subir une interdiction totale de publicité.
- Arborant souvent une vision « industrielle » et moins urbanisée, le secteur ferroviaire doit pouvoir accepter des dispositifs publicitaires suivant des prescriptions particulières.
- La Communauté d''agglomération possède un territoire ferroviaire important qui constitue une source de recettes pour la SNCF via les autorisations d'exploitation publicitaire qu'elle accorde en contrepartie de redevances d'occupation du domaine public.
- Ce domaine ferroviaire présente deux particularités :

✓ une unité foncière dont les parcelles sont gérées par un unique propriétaire ;
✓ un seul opérateur gère l'exploitation publicitaire de ce territoire (règle d'interdistance possible).

Propositions

- Nous suggérons de créer une zone spécifique pour le domaine ferroviaire avec l'introduction de règles particulières permettant le maintien de dispositifs publicitaires placés généralement dans un environnement moins urbanisé :
  - un dispositif publicitaire seul sur son emplacement ;
  - règle d'interdistance de 200 mètres entre chaque dispositif publicitaire ;
  - aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs publicitaires séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

Domaine ferroviaire en gare

Propositions

Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés sur les parvis, les règles pourraient être les suivantes :

- Maintien des dispositifs doubles (« côte à côte » et double face) ;
- Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.

Exemples de dispositifs doubles sur quais de gare (hors territoire)

ZONE 1

2. Dispositions applicables en ZP1

- En ZP1, toute publicité est interdite en dehors : des publicités sur mobilier urbain, des publicités sur micro-affichage, des pré-enseignes temporaires, ces publicités de chantiers, des dispositifs de dimensions exceptionnelles.
- **Publicité murale**
  - ✓ Il n'est admis qu'un seul dispositif par mur. L'implantation de celui-ci doit respecter un recul de 0.80 m de toute arête du support, ainsi qu'avec la limite formée par l'égout du toit.
  - ✓ Une publicité ou pré-enseigne ne doit pas masquer, même partiellement, des éléments ornementaux d'architecture.
  - ✓ Le dispositif doit être installé à plat ou parallèlement à la façade et ses bords doivent être parallèles aux arêtes verticales et horizontales du support, de préférence en position centrée par rapport au mur.
  - ✓ En ZP1a, la publicité murale est interdite.
  - ✓ En ZP1b, la publicité murale est autorisée jusqu'à une surface de 4 m² (surface totale).

Problématiques

- Le paragraphe 2 « *Dispositions applicables en ZP1* » précise la liste des publicités autorisées dont la publicité murale.
- Or, l'introduction de ce même paragraphe, qui fixe les interdictions de publicité, ne mentionne pas expressément la publicité murale parmi les exceptions.

Propositions

- Il convient de modifier le paragraphe introductif de l'article susmentionné et d'y insérer la publicité murale parmi les publicités autorisées.

ZONE 1

2. Dispositions applicables en ZP1

- **Publicité murale**
  - ✓ Il n'est admis qu'un seul dispositif par mur. L'implantation de celui-ci doit respecter un recul de 0.80 m de toute arête du support, ainsi qu'avec la limite formée par l'égout du toit.
  - ✓ Une publicité ou pré-enseigne ne doit pas masquer, même partiellement, des éléments ornementaux d'architecture.
  - ✓ Le dispositif doit être installé à plat ou parallèlement à la façade et ses bords doivent être parallèles aux arêtes verticales et horizontales du support, de préférence en position centrée par rapport au mur.
  - ✓ En ZP1a, la publicité murale est interdite.
  - ✓ En ZP1b, la publicité murale est autorisée jusqu'à une surface de 4 m² (surface totale).

Problématiques

- Pour un annonceur local qui cherche à développer sa notoriété, à créer du trafic, à faire savoir au plus grand nombre qu'il propose des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer son image de marque, les indicateurs fondamentaux de la communication extérieure sont :
  - ✓ La couverture de la cible ;
  - ✓ La répétition du message ;
  - ✓ La mémorisation.
- Les deux premiers indicateurs se réalisent par la recherche d'une audience optimale, le troisième par la possibilité de disposer d'un format LISIBLE. Si l'annonceur veut maximiser l'impact de son message, il a besoin d'un visuel fort, très épuré, pensé et travaillé spécifiquement. Il faut être capable de dire l'essentiel tout en étant original.

Propositions

- Restreindre la communication extérieure à un format limité à 4 m² pour la publicité murale en ZP1 a un impact très fort sur la couverture globale de ce territoire.
- C'est pourquoi, nous vous proposons d'instaurer en ZP1b un seul format standard et uniforme de 10,50 m² supportant une affiche de 8 m².

ZONE 2a et 2b

En ZP2 la publicité murale est autorisée jusqu'à une surface de 4m² (surface totale)
En ZP2a la publicité scellée au sol est autorisée jusqu'à une surface de 10,50m² (surface totale) avec au maximum un dispositif par unité foncière
En ZP2b la publicité scellée au sol est interdite.

Problématiques

- Pour un annonceur local qui cherche à développer sa notoriété, à créer du trafic, à faire savoir au plus grand nombre qu'il propose des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer son image de marque, les indicateurs fondamentaux de la communication extérieure sont :

  - ✓ La couverture de la cible ;
  - ✓ La répétition du message ;
  - ✓ La mémorisation.

- Les deux premiers indicateurs se réalisent par la recherche d'une audience optimale, le troisième par la possibilité de disposer d'un format **LISIBLE**. Si l'annonceur veut maximiser l'impact de son message, il a besoin d'un visuel fort, très épuré, pensé et travaillé spécifiquement. Il faut être capable de dire l'essentiel en étant original.

- En zone 2a, multiplier les formats (4 m² pour les muraux, 10,50 m² pour les scellés au sol) engendre des coûts supplémentaires pour les annonceurs, qui se désintéresseront alors du média.

- Par ailleurs, le format 4 m² (surface totale) n'existe pas à ce jour et ne correspond pas aux standards nationaux de la profession.

Propositions

- De la même manière qu'en ZP1, nous suggérons que les secteurs comptant plus de 10 000 habitants soient ouverts à un seul et unique format standard reconnu nationalement et offrant une garantie de lisibilité aux annonceurs :

  - ➢ Surface de de 10,50 m² supportant une affiche de 8 m².

ZONE 3

En ZP3 la publicité murale est autorisée jusqu'à une surface de 4m² (surface totale).
En ZP3, la publicité scellée au sol est autorisées jusqu'à une surface de 10,50 m² de surface totale.

Problématiques

- Pour un annonceur local qui cherche à développer sa notoriété, à créer du trafic, à faire savoir au plus grand nombre qu'il propose des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer son image de marque, les indicateurs fondamentaux de la communication extérieure sont :

  - ✓ La couverture de la cible ;
  - ✓ La répétition du message ;
  - ✓ La mémorisation.

- Les deux premiers indicateurs se réalisent par la recherche d'une audience optimale, le troisième par la possibilité de disposer d'un format LISIBLE. Si l'annonceur veut maximiser l'impact de son message, il a besoin d'un visuel fort, très épuré, pensé et travaillé spécifiquement. Il faut être capable de dire l'essentiel en étant original.

- En zone 3, multiplier les formats (4 m² pour les muraux, 10,50 m² pour les scellés au sol) engendre des coûts supplémentaires pour les annonceurs, qui se désintéresseront alors du média.

- Par ailleurs, le format 4 m² (surface totale) n'existe pas à ce jour et ne correspond pas aux standards nationaux de la profession.

Propositions

- Dans un souci de simplification réglementaire et de standardisation, nous souhaitons dans les secteurs comptant plus de 10 000 habitants, un seul format :

  - ➢ Surface de 10,50 m² supportant une affiche de 8 m².

Tableau récapitulatif

En ZP3 la publicité murale est autorisée jusqu'à une surface de 4m² (surface totale).
En ZP3, la publicité scellée au sol est autorisées jusqu'à une surface de 10,50 m² de surface totale.

	ZP0 Secteurs protégés	ZP1a Zones de centre de commune strictes	ZP1b Zones résidentielles ou centre-bourg	ZP2a [illegible]	ZP2b Autres zones d'activités	ZP2c Zones d'activités hors agglomération	ZP3 Axes
Mobilier urbain	Interdit	Autorisé - 2m²	Autorisé - 2m²	[illegible]	Autorisé - 2m²	Interdit	Autorisé - 2m²
Mural	Interdit	Interdit	Autorisé - 4m²	Autorisé - 4 m²	Autorisé - 4m²	Interdit	Autorisé - 4m²
Scellé au sol (hors mobilier urbain)	Interdit	Interdit	Interdit	Autorisé - 10,50 m²	Interdit	Interdit	Autorisé - 4m²

Propositions

- Il conviendra de modifier en ce sens le tableau reproduit à la page 26 du projet de règlement et d'y intégrer, pour les ZP1b et ZP2a le format de 10,50 m² pour les publicités murales et en ZP3, le format de 10,50 m² pour les publicités scellées au sol.

Observations complémentaires

I. Règles communes

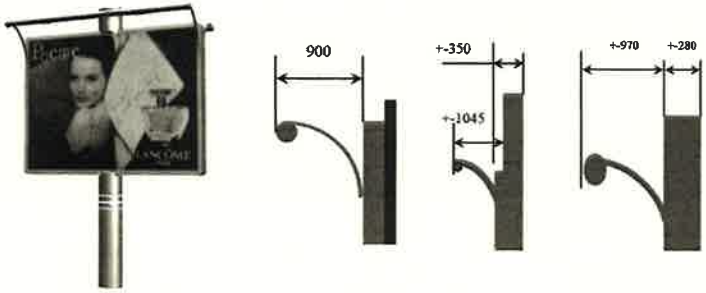
Tout ajout, extension ou découpage ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif est interdit : la publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière.

Problématiques

- Certaines offres de sociétés d'affichage proposent un éclairage (hors caisson) produit par une rampe (voir exemples ci-dessous).

Propositions

- Dans le but d'une continuité de l'offre limitant les coûts de remplacement, nous souhaitons conserver ces aménagements d'éclairage, et donc autoriser la présence d'éléments de débord.



Observations complémentaires

Publicité scellée au sol (hors mobilier urbain) (ZP2 et ZP3)

Concernant les dispositifs lumineux, dans le choix du principe d'éclairage et son intensité, ils ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural dans lequel ils s'implantent.

Problématiques

- L'obligation de ne pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural est beaucoup trop générale et peut entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLPi ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, cette obligation implique une appréciation subjective et ne repose pas sur des éléments précis.

- En outre, une telle obligation est difficile à définir et peut se heurter à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme tel qu'appliqué par les juridictions administratives aux RLPi (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N° 17PA23182).

Propositions

- Pour toutes ces raisons, nous souhaitons le retrait de ces dispositions.

Observations complémentaires (lexique)

Clôture : toute construction, maçonnée ou non, destinée à séparer une propriété privée du domaine public, deux propriétés ou encore deux parties d'une même propriété. *Clôture non aveugle : se dit d'une clôture ajourée.*

Problématiques

- L'adjectif « ajouré » ne désigne pas uniquement ce qui est « ouvert » mais également ce qui laisse « passer la lumière ».
- Or, un mur de briques de verre n'est pas considéré, au terme de la jurisprudence, comme une ouverture au sens du code de l'environnement. Il laisse néanmoins passer la lumière.

Propositions

- Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens.

Observations complémentaires (lexique)

Palissade : clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier.

Problématiques

- Les palissades de chantier sont généralement réglementées par un arrêté préfectoral reprenant les dispositions figurant dans le règlement sanitaire départemental type. Ces dispositions peuvent être complétées par un arrêté municipal ou par les services de la voirie qui peuvent préciser aux entreprises les caractéristiques des clôtures à installer.

Propositions

- Afin de ne pas contrevenir aux règlements de voirie existants ou à venir, il est nécessaire de ne pas limiter les palissades à « *une clôture constituée de panneaux pleins et masquant* ». Il conviendrait de compléter la définition comme suit :

- « *Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé* ».

Observations complémentaires (lexique)

Rétroéclairage : la source lumineuse est placée derrière l'objet éclairé et permet ainsi d'éclairer en soulignant l'enseigne.

Problématiques

- Cette définition ne tient pas compte du cas des publicités et préenseignes rétroéclairées.

Propositions

- Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens.

upe

UNION de la PUBLICITE EXTERIEURE

Novembre 2021

Contribution à l'élaboration du règlement mocal de publicité *intercommunal* (RLPi)

Enquête publique

Saint-Dizier, Der et Blaise Agglomération

Bonjour
En cette période où il est indispensable de limiter le réchauffement climatique, où l'état est condamné pour inaction climatique, il est absurde de continuer à installer les enseignes publicitaires lumineuses jour et nuit, pire à prévoir leur développement et leur multiplication.
La multiplication des enseignes lumineuses est néfaste du point de vue :
- de la surconsommation et du gaspillage des ressources énergétiques
- de la protection du ciel nocturne et de la biodiversité.
Je rejoins totalement les préconisations de Paysages de France et Belles Forêts Sur Marne pour la diminution de la densité et des surfaces des dispositifs lumineux.
Michèle Labouille

Déposée le 19 novembre 2021 à 13:18:50 par Michèle Labouille

Bonjour,

Nous vous prions de bien vouloir trouver ci-joint nos observations relatives à l'élaboration du nouveau règlement local de publicité intercommunal de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise.

Les éléments partent ce jour également par courrier.

Nous restons à votre disposition,

Bien cordialement,

Corinne GODIER
Responsable Régionale du Patrimoine
Tél. : 06 60 46 74 45

JCDecaux France - Direction Régionale Lorraine Champagne Ardenne
13 Allée des Peupliers – 54180 Heillecourt

Pièce jointe

Déposée le 19 novembre 2021 à 13:32:42 par Hervé Couillard

JCDecaux

Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise

Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal

I. Sur la spécificité du mobilier urbain

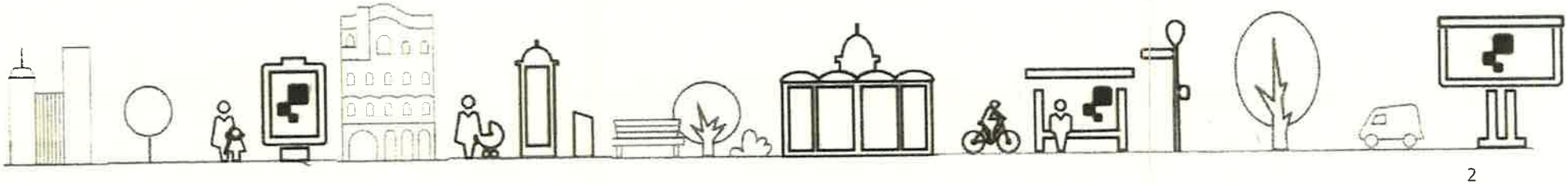
Préambule

Prévu aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, **5 types de mobilier urbain** sont susceptibles de supporter de la publicité :

- *Abris-voyageurs*
- *Kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial*
- *Colonnes porte-affiches*
- *Mâts porte affiches*
- *Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques*

- La fonction première du mobilier urbain reste la **communication de la collectivité** ainsi que les **services apportés aux usagers** :
  - **Abris-voyageurs** = ***service public des transports*** (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs)
  - **Mobiliers d'information** = ***service public de l'information*** (CE 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140606)

Modèle économique : Les **droits d'exploitation publicitaire** sur les mobiliers urbains ***financent les services rendus.***



Une spécificité qui se doit d'être garantie au sein du RLPi

Le mobilier urbain ne supportant de la publicité qu' « ***<u>à titre accessoire</u> eu égard à [sa] fonction*** » (article R. 581-42 du Code de l'Environnement), il bénéficie d'un **<u>régime juridique propre</u>**.

⚠

→ Le Code de l'Environnement traite en effet de l'« *utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire* » dans une **sous-section distincte de celle des « dispositifs publicitaires ».**

→ La plus grande clarté dans la rédaction du RLPi permettra de <u>sécuriser l'exploitation publicitaire actuelle et à venir des mobiliers urbains</u> sur le territoire.

<u>Notre recommandation :</u>

1. Ajouter au Préambule du RLPi, dans sa partie I. Champs d'application du RLPi, une disposition pouvant être rédigée comme suit :

> « ***La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi*** ».

→ ***Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'Environnement.***
→ ***Conséquences*** : tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable.

La Cité évolue par nature et sous l'impulsion des élus, le RLPi ne doit pas devenir une contrainte à cette évolution.
Le mobilier urbain est inéluctablement partie prenante de ces mouvements.

Une spécificité qui se doit d'être garantie au sein du RLPi

2. De modifier le lexique du projet de RLPi en intégrant la spécificité du mobilier urbain par opposition au dispositif publicitaire :

« Dispositif (publicitaire) : terme désignant un support dont le principal objet est de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.
Le mobilier urbain, support de publicité à titre accessoire, n'est pas considéré comme un dispositif (publicitaire) au titre du présent RLPi ».

3. De compléter la définition donnée du mobilier urbain à l'article 6. Mobilier urbain (Chapitre 1 : Préambule / II. Les principales définitions) dans laquelle deux types de mobiliers urbains pourtant mentionnés au lexique ont été oubliés : les colonnes et les mâts drapeaux.

6. Mobilier urbain

*« Les mobiliers urbains sur lesquels peuvent être apposés des publicités ou pré-enseignes sont les abris destinés au public, les kiosques à journaux ou autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, **les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches** et le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité à titre accessoire et n'ont pas pour fonction principale l'affichage de publicité. »*

4. De prendre en compte, au sein de l'article I. Règles communes du projet de RLPi, le format spécifique des colonnes porte-affiches :

*« Tout ajout, extension ou découpage ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif est interdit. **~~La publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière~~**. »*

Nous proposons de supprimer la mention ci-dessous dans la mesure où elle ne tient pas compte du format spécifique des colonnes porte-affiches.

Le mobilier urbain supporte à titre accessoire des « publicités » telles que définies à l'article L. 581-3 du Code de l'Environnement, à savoir « *toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention* ».

Aussi, il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire « *dont le principal objet* » est de recevoir de la publicité (article L. 581-3 du Code de l'Environnement).

La **collectivité maîtrise l'installation du mobilier urbain sur son domaine public** :

- type de mobiliers (**format, design, couleur, nombre**) ;
- **emplacements** définis dans le cadre du contrat public.

Présence de restriction au sein du RLPi = contrainte supplémentaire à respecter au regard de l'équilibre économique du contrat dont les charges sont financées par les recettes publicitaires du titulaire.

→ Un RLP doit permettre au mobilier urbain de répondre aux souhaits de la collectivité, ces derniers peuvent évoluer dans le cadre des contrats conclus sur de longues durées.

→ **A noter : malgré un RLPi favorable de principe à une exploitation publicitaire sur mobilier urbain, l'autorité compétente dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation de mobilier urbain publicitaire.**

Notre recommandation :

En vue de parfaire la bonne compréhension du projet de RLPi, il convient de :

- **Préciser** que les dispositions concernant les « scellés au sol », ou encore « *les dispositifs* » au sein du présent projet, c'est-à-dire **les dispositions visant les supports à vocation exclusivement publicitaire, ne concernent pas la publicité supportée par le mobilier urbain alors support de publicité à titre accessoire.**

- **Définir, en annexe du RLPi, les termes de « dispositif publicitaire » et de « mobilier urbain » comme suit :**
  - *Dispositif publicitaire : support dont le principal objet est de recevoir de la publicité*
  - *Mobilier urbain : mobilier supportant à titre accessoire de la publicité sous réserve des dispositions prévues par la Règlementation nationale.*

II . Sur le régime du mobilier urbain dans les zones d'interdiction relatives de publicité

Article L. 581-8 I du Code de l'Environnement → Possibilité de réintroduire la publicité apposée sur mobilier urbain dans les zones suivantes :

- **Abords de monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du Code du Patrimoine** (périmètre délimité des abords (PDA) ou à défaut, périmètre de 500m en covisibilité du monument historique depuis loi LCAP*)
- **Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) mentionnés à l'article L. 631-1 du Code du Patrimoine** (N.B.: secteurs sauvegardés / ZPPAUP / AVAP sont désormais qualifiés de SPR)
- **Parcs naturels régionaux**
- **Sites inscrits**
- **À moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement**
- Aire d'adhésion des parcs nationaux
- **Zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1** du Code de l'Environnement (zones Natura 2000 notamment)

*** Depuis la loi LCAP, le périmètre par défaut d'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques est porté de 100 à 500m**
Nouvelle interdiction relative qui entre en vigueur au 1er janvier 2020 (pour les villes sans RLP) et au 13 juillet 2020 pour les communes actuellement dotées d'un RLP.

A noter : L'avis de l'ABF sera requis lors de toute implantation de mobilier urbain dans les **SPR et en abords de monuments historiques** (articles R. 421-25 et R. 423-54 du Code de l'Urbanisme).

En outre, l'inscription d'un périmètre au label UNESCO n'emporte aucune conséquence règlementaire du point de vue de la publicité.

Tel que rédigé, l'article I. ZPO – Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés (Chapitre 2 – Délimitation des zones de publicité) ne semble pas tenir compte des apports de la loi LCAP – 2016. en effet, cette dernière porte le périmètre par défaut d'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques de 100 m à 500 m (article L. 621-30 du Code du Patrimoine).

Il est donc nécessaire de porter le périmètre aux abords des monuments historiques à 500 m pour le mobilier urbain.

I. ZPO – Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés

La ZPO concerne l'ensemble des secteurs de nature (bords de rivière, de canaux protégés sur 20 m de part et d'autre de l'axe du fil d'eau), les voies ferrées, une partie des bourgs patrimoniaux, ainsi qu'une partie des abords immédiats des monuments historiques (périmètre de 100 m). Ce zonage est protecteur et interdit la publicité.

Ce zonage protège notamment des centres-bourgs (Allichamps, Eurville-Bienville, Fontaines-sur-Marne), et des abords de monuments historiques (périmètres de 100 m autour de l'Eglise Assomption à Ambrières ou de l'Eglise Saint-Laurent d'Eclaron à Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière).

Notre recommandation :

- **Le mobilier urbain demeurant sous l'entière maitrise de la Collectivité et requérant l'avis de l'ABF lors de toute implantation dans les SPR et en abords de monuments historiques, nous vous proposons d'insérer à l'article « I. Règles communes » du « Chapitre 4 : Réglementation des publicité et pré-enseignes » une disposition portant levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain. Cette dernière peut alors être rédigée comme suit :**

  « Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire, le mobilier urbain publicitaire est autorisé ***dans l'ensemble des secteurs listés à l'article L. 581-8 I du Code de l'Environnement*** *».*

III. Sur les contraintes d'exploitation

L'éclairage des publicités sur mobilier urbain

L'article IV. Règles d'extinction nocturne au sein du « Chapitre 3 : Dispositions générales sur le matériel » dispose que « *les publicités les préenseignes lumineuses et enseignes, **y compris numériques et y compris sur mobilier urbain, doivent respecter les plages horaires d'extinction nocturne fixées de 22h à 6h pour l'ensemble des zones*** ».

L'article R. 581-35 du Code de l'Environnement a exclu les publicités apposées sur mobilier urbain de l'obligation d'extinction nocturne, lorsqu'elles sont éclairées par projection ou transparence ou lorsqu'elles sont numériques, à condition que leurs images soient fixes dans ce dernier cas.

Le Conseil d'Etat a validé cette exclusion au motif que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « ***d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité juridique dans les agglomérations*** » (CE, 4 décembre 2013, req. N° 357839).

Notre recommandation :

- **Tenir compte de ces prescriptions au sein du projet de RLPi et préciser le cas du mobilier urbain au sein l'article IV. Règles d'extinction nocturne :**

  IV. Règles d'extinction nocturne

  A l'exception du mobilier urbain**, les publicités, préenseignes lumineuses et enseignes, y compris numériques ~~et y compris sur mobilier urbain~~, doivent respecter les plages horaires d'extinction nocturne fixées de 22 heures à 6 heures pour l'ensemble des zones. **Le mobilier urbain, y compris numérique, demeure soumis aux dispositions fixées à l'article R. 581-35 du Code de l'Environnement.

IV- Sur les contraintes d'implantation et/ou d'esthétique des mobiliers urbains

Les contraintes de format

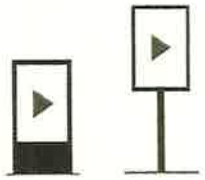
Contrairement aux dispositifs 100 % publicitaire, la personne publique en qualité de gestionnaire ou propriétaire, **autorise ou non** l'implantation d'un mobilier urbain publicitaire sur son domaine, et ce même si le RLP(i) l'autorise au départ.

Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire requiert **l'aval des services de la collectivité compétente** (+ décision concertée avec l'opérateur) ainsi que, le cas échéant, l'accord des Architectes des Bâtiments de France en périmètres protégés.

Il est donc inutile que la Collectivité contraigne le format de la publicité apposée sur mobiliers urbains à 2m² selon les zones alors qu'elle en a l'entière maîtrise.

Notre recommandation :

- **Supprimer toute contrainte de format à l'égard du mobilier urbain au sein du RLPi et notamment dans l'article II. Dispositions applicables à chaque zone de publicité (Chapitre 4 : Réglementation des publicités et pré-enseignes).**
- **Placer le mobilier urbain sous le régime prévu par la règlementation nationale en toutes zones et ce, sans contraintes liées au format.**



V. Sur le régime du mobilier urbain numérique

La Collectivité souhaite proscrire l'implantation de publicité lumineuse numérique en ZP1 et ZP3 , **sans préciser le régime particulier du mobilier urbain numérique selon la zone.**

Placés au service de la communication de la Collectivité, les mobiliers urbains numériques permettent de délivrer une **information contextualisée** (en temps réel, au bon endroit et au bon moment) et d'accompagner les collectivités dans leur transformation numérique. En outre, ils permettent de dynamiser le marché publicitaire. Ces mobiliers sont en effet un levier d'innovation incomparable dans notre secteur.

Pour rappel, la collectivité dispose de **la pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobiliers urbains numériques sur son territoire**.

Ces derniers sont en effet sous le **régime strict de l'autorisation préalable** → *autorisation délivrée par le maire au cas par cas et compte tenu du « cadre de vie environnant ». En outre, la collectivité et l'Architecte des Bâtiments de France (en SPR et dans les abords de monuments historiques) peuvent refuser toute implantation de mobilier urbain.*

Il apparaît donc nécessaire de préserver le **choix de la collectivité** de se doter à l'avenir de **ce type de mobilier urbain au sein du futur RLPi.**

En effet, ces outils d'innovation sont des **vecteurs efficaces de l'information institutionnelle sur le domaine public.**

Notre recommandation :

- Autoriser, **en toutes zones, le mobilier urbain numérique et le soumettre aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'Environnement.**

Les articles relatifs à la « *Publicité numérique* » et présents au sein de chaque zone du RLPi pourraient alors être amendés de la façon suivante :

*« La publicité lumineuse numérique est interdite, **à l'exception de celle supportée de manière accessoire par du mobilier urbain**. ».*

Le projet décrit oublie les nouveaux enjeux environnementaux.

La publicité numérique est très énergivore, alors que nous devrions maîtriser notre demande en énergie.
Quel est l'intérêt de laisser 24h sur 24h ces publicités lumineuses ? C'est aussi très perturbateur pour les animaux nocturnes.
Il s'agit d'une agression visuelle et d'une pression publicitaire, de plus très envahissante.
Les messages délivrés ne me paraissent pas primordiaux. Lire la date, l'heure et la météo sur le panneau à l'entrée de la zone du Chêne St Amand ne me paraissent pas très utiles, mais plutôt un gaspillage d'énergie.
Une information me paraitrait plus utile : donner en temps réel, sur une petite publicité numérique, les valeurs de la qualité de l'air. Là, l'écran numérique prendrait tout son sens en informant la population.
J'émets un avis défavorable à ce règlement local.
Martine Godfroy

Déposée le 19 novembre 2021 à 23:26:42

Avis des Personnes Publiques Associées et autres partenaires

consultés suite à l'arrêt du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) et dans la perspective de l'enquête publique

SOMMAIRE

Avis Champagne-Ardenne Nature Environnement.....2

Avis Mouvement National de la Lutte pour l'Environnement de la Marne.....3

Avis Commission Départementale de Préservation des Espaces Naturels Agricoles et Forestiers de la Haute-Marne.....4

Avis Commission Départementale de Préservation des Espaces Naturels Agricoles et Forestiers de la Marne.....5

Avis Marne Nature Environnement.....6

Avis Communauté de Communes Vendeuvre Soulaines.....7

Avis Architecte des Bâtiments de France par la Direction Régionale des Affaires Culturelles - Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de la Haute-Marne.....8

Avis de la commune d'Hampigny.....10

Avis de la Chambre de Commerce et de l'Industrie Meuse – Haute-Marne.....11

Avis de la Chambre de l'Agriculture de la Marne.....12

Avis de la Ligue pour la Protection des Oiseaux Champagne-Ardenne et Grand Est.....13

Avis du Conseil Départemental de la Meuse.....14

Avis de Paysages de France.....15

Avis du Syndicat DEPART – SCoT des Territoires de l'Aube.....25

Avis de JC Decaux.....26

Avis de la Direction Départementale des Territoires de la Haute-Marne.....38

Avis du Conseil Départemental de la Haute-Marne.....53

Avis Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites de la Marne.....55

Avis Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites de la Haute-Marne.....59

CHAMPAGNE ARDENNE NATURE ENVIRONNEMENT
(C.A.N.E)

CHAMPAGNE ARDENNE
NATURE ENVIRONNEMENT

À Mr Alain Simon
s/c de la direction du développement urbain
Cité administrative
12 rue de la commune de Paris
52115 Saint Dizier Cedex

à Sermiers le29 juin 2020

objet : saisine pour avis des personnes publiques associées dans le cadre du règlement local de publicité Intercommunal

Bonjour

vous nous avez sollicité dans le cadre de la mise en place du nouveau règlement de publicité de la communauté d'agglomération de St Dizier Der et Blaise.

Si ce nouveau règlement relève bien un certain niveau d'exigences concernant l'affichage urbain des publicités, il ouvre malheureusement la voie de la publicité numérique. Ces installations sont très énergivores, elles perturbent la vie animale nocturne et sont souvent disgracieuses, pouvant aussi gêner la circulation automobile. La possibilité d'ouvrir sur la zone concernée, un équipement par unité foncière , nous paraît aussi excessif.

La publicité enlaidit et uniformise les villes et paysages. De fait la publicité a depuis longtemps franchi les règles de la réglementation ; plus de la moitié , voire des 3/4 parfois des enseignes ou publicités sont non conformes , comme expliqué d'ailleurs dans vos documents d'analyses. Les recours sont peu efficaces et très rares. Que de temps perdu et d'efforts pour retirer une affiche, un panneau en bord de route ;

Le mouvement FNE dont nous faisons partie mène une réflexion sur ce sujet ; C'est un sujet complexe et sur la publicité numérique, il n'est pas exclu que nous puissions obtenir des avancées ; Ainsi le développement de la pub numérique est incompatible avec l'urgence climatique , l'exigence de sobriété énergétique.

Voilà pourquoi il ne nous est possible que de donner un avis défavorable à ce règlement local.

Recevez l'expression de notre considération respectueuse.

F. Perard
Pour C.A.N.E.

CANE Champagne Ardenne Nature environnement
association agréée pour la protection de l'environnement en C-A
13 rue de courtaumont 51500 Sermiers
TEL 0641408802 cane.assos@gmail.com

(ok) enlevé de la liste par Noémie le 02/07/20

P. AMIABLE

Réseau HOMME & NATURE MNLE

Mouvement National de Lutte pour l'environnement
122bis rue du Barbâtre -51100 REIMS -
Contacts : Michèle Constant : 07,50,60,53,89
Francine Etienne : frantienne@gmail.com

Naturellement, l'environnement

RECU le
- 1 JUIN 2020
Rép: ----------

Le 29 JUIN 2020

COURRIER ARRIVE
02 JUIL 2020
Direction du Développement Urbain

Monsieur -

Le 18 Juin, vous m'avez envoyé un courrier concernant l'arrêt du Réglement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) signé de M. SIMON Alain -

J'ai l'honneur de vous signaler que le MNLE Comité Départemental de la Marne n'existe plus. C'est au Comité de Reims du MNLE que vous avez adressé ce courrier -

Le Comité Départemental de la Marne, qui était votre interlocuteur n'existe plus comme en atteste la copie de la lettre adressée à Monsieur le Préfet de la Marne.

Je vous serais reconnaissante de me rayer de votre listage et vous assure, Monsieur, de mes salutations respectueuses -

Pour le Comité de REIMS - MNLE
Michèle CONSTANT.

Constant

à Mr Alain SIMON
Vice-Président en charge du PLU intercommunal et de l'habitat.
St DIZIER - DER et BLAISE

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFÈTE DE LA HAUTE-MARNE

COURRIER ARRIVE
15 JUIL. 2020
Direction du Développement Urbain

Direction départementale des territoires

Service sécurité et aménagement

Bureau aménagement

Chaumont, le 10 JUIL. 2020

Dossier suivi par : Elisa Vacher
Tel : 03 25 30 79 78 – Fax : 03 25 30 69 90
elisa.vacher@haute-marne.gouv.fr

Objet : Saisine de la CDPENAF de la Haute-Marne pour avis sur le RLPI

Références : Votre courrier en date du 18 juin 2020

Monsieur le Président,

Par courrier en date du 18 juin 2020, vous avez consulté la Commission départementale de la préservation des espaces naturels, agricoles et forestiers (CDPENAF) pour avis sur le projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPI) arrêté par votre collectivité le 27 février 2020.

Toutefois, je vous informe qu'en matière de RLPI, la CDPENAF qui n'est consultée qu'à sa demande, n'a pas souhaité se saisir de ce projet.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération très distinguée.

REÇU le
13 JUIN 2020
Rép: ----------

Pour le président de la CDPENAF,
le Directeur départemental des territoires

Jean-Pierre Graule

Monsieur le Président de la communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise
Cité administrative
12, rue de la Commune de Paris
52115 SAINT-DIZIER CEDEX

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
PRÉFET DE LA MARNE

DDU

COURRIER ARRIVE
15 JUIL. 2020
Direction du Développement Urbain

Direction départementale des territoires

Secrétariat CDPENAF

Châlons-en-Champagne, le 09 JUIL. 2020

La Directrice Départementale des Territoires
Secrétariat CDPENAF

Nos Réf : SU/CPL/PA

Affaire suivie par : Sylvie Régnier
ddt-cdpenaf@marne.gouv.fr
Tél. 03 26 70 80 19

à

Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier Der & Blaise
Direction du Développement Urbain
Cité Administrative
12 rue de la Commune de Paris
52115 SAINT-DIZIER Cedex

Objet : Consultation de la CDPENAF
Règlement Local de Publicité Intercommunal.

Monsieur le Président,

Par courrier en date du 18 juin 2020, vous sollicitez l'avis de la CDPENAF sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal cité en objet et situé sur le territoire de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier Der & Blaise.

Conformément à l'article L.112-1-1 du code rural et de la pêche maritime et du code de l'urbanisme, la CDPENAF peut émettre un avis sur l'opportunité, au regard de l'objectif de préservation des terres naturelles, agricoles ou forestières de certaines procédures.

Le Règlement Local de Publicité ne fait pas partie des documents présentés à la CDPENAF.

Mes services et moi-même restons à votre disposition pour toute demande de renseignements complémentaires.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération distinguée.

REÇU le
13 JUIN 2020
Rép: ----------

Pour la directrice départementale des territoires,
Le chef du Service Urbanisme,

Pierre FOURCADE

MARNE NATURE ENVIRONNEMENT
Association de Protection de la Nature et de l'Environnement du département de la Marne

MARNE NATURE ENVIRONNEMENT

À Mr Alain Simon
s/c de la direction du développement urbain
Cité administrative
12 rue de la commune de Paris
52115 Saint Dizier Cedex

à Sermiers le 16 juillet 2020

objet : saisine pour avis des personnes publiques associées dans le cadre du règlement local de publicité Intercommunal

Bonjour

vous nous avez sollicité dans le cadre de la mise en place du nouveau règlement de publicité de la communauté d'agglomération de St Dizier Der et Blaise.

Si ce nouveau règlement relève bien un certain niveau d'exigences concernant l'affichage urbain des publicités, il ouvre malheureusement la voie de la publicité numérique. Ces installations sont très énergivores, elles perturbent la vie animale nocturne et sont souvent disgracieuses, pouvant aussi gêner la circulation automobile. La possibilité d'ouvrir sur la zone concernée, un équipement par unité foncière , nous paraît aussi excessif.

La publicité enlaidit et uniformise les villes et paysages. De fait la publicité a depuis longtemps franchi les règles de la réglementation ; plus de la moitié , voire des 3/4 parfois des enseignes ou publicités sont non conformes , comme expliqué d'ailleurs dans vos documents d'analyses. Les recours sont peu efficaces et très rares. Que de temps perdu et d'efforts pour retirer une affiche, un panneau en bord de route ;

Le mouvement FNE dont nous faisons partie mène une réflexion sur ce sujet ; C'est un sujet complexe et sur la publicité numérique, il n'est pas exclu que nous puissions obtenir des avancées ; Ainsi le développement de la pub numérique est incompatible avec l'urgence climatique , l'exigence de sobriété énergétique.

Voilà pourquoi nous donnons un avis défavorable à ce règlement local.

Recevez l'expression de notre considération respectueuse.

F. Perard
Pour M.N.E.

Secrétariat Marne Nature Environnement : 13 rue de courtaumont 51500 Sermiers
Présidence : Fréderic Perard Tel : 0326 501766
contact : marne.nature.environnement@gmail.com
Association agréée pour la protection de la Nature

Vendeuvre
Soulaines
COMMUNAUTÉ
DE COMMUNES

Soulaines-Dhuys, le 10 juillet 2020

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION
ST DIZIER DER ET BLAISE
DIRECTION DU DEVELOPPEMENT URBAIN
Cité Administrative
12, rue de la commune de Paris
52115 St Dizier Cedex

A l'attention de Mr SIMON,

N. Réf : SL/FA/1063.20
Objet : Règlement Local de Publicité Intercommunal - Avis

Monsieur le Vice-Président,

Pour faire suite à votre courrier du 18 juin 2020 concernant l'arrêt du Règlement Local de Publicité Intercommunal, je vous informe que la Communauté de Communes Vendeuvre Soulaines n'a pas relevé d'éléments rédhibitoires sur la proposition formulée.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Vice-Président, l'expression de mes salutations distinguées.

COURRIER ARRIVE
23 JUIL. 2020
Direction du Développement Urbain

Philippe DALLEMAGNE

Philippe DALLEMAGNE
2020.07.15 09:44:50 +0200
Ref:20200710_134507_1-3-O
Signature numérique
le Président

COMMUNAUTE DE COMMUNES DE VENDEUVRE-SOULAINES (10200)

PRÉFET
DE LA RÉGION
GRAND EST

Liberté
Égalité
Fraternité

Direction régionale
des affaires culturelles

COURRIER ARRIVE
24 JUIL. 2020
Direction du Développement Urbain

DDU
Copie Courrier DGS
A S.Ron

REÇU le
23 JUIL. 2020
Rép: _____

Affaire suivie par :

Arnaud DESCHAMPS

Pôle / Service : DRAC/UDAP52
Tél : 03.52.09.56.52
Courriel : udap.haute-marne@culture.gouv.fr

Chaumont, le 21 JUIL. 2020

L'architecte des bâtiments de France
de la Haute-Marne

à

Monsieur le Président de la communauté
d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise

Objet : Elaboration du RLPi de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise

Monsieur le Président,

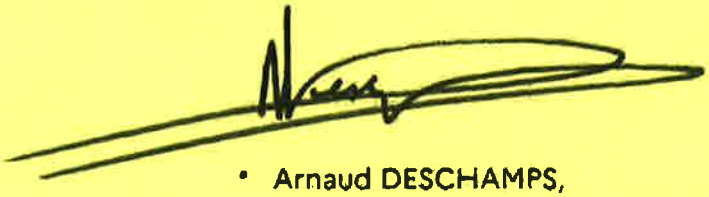
Vous avez sollicité mon avis concernant le projet d'élaboration du règlement de publicité intercommunal de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise.

Je vous informe que dans le cadre de la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine et du décret n°2017-456 du 29 mars 2017 relatif au patrimoine mondial, aux monuments historiques et aux sites patrimoniaux remarquables, j'envisage de procéder à la modification du ou des périmètre(s) de protection d'un rayon de 500 mètres autour du ou des monument(s) historique(s) du département de la Haute-Marne en périmètres délimités des abords. Cette modification permettra de substituer au rayon dit des « 500 mètres », un périmètre adapté aux enjeux patrimoniaux propres au territoire et au(x) monument(s).

Les communes concernées sont les suivantes : Saint-Dizier, Domblain, Humbécourt, Perthes, Villiers-en-Lieu, Moeslains, Curel, Osne-Le-Val, Fontaines-Sur-Marne, Sommevoire, Prez-Sur-Marne, Planrupt, Rives-Dervoises (Puellemontier, Droyes, Longeville-Sur-La-Laines et Louze), Eclaron-Braucourt-Saint-Livière, Saint-Urbain-Maconcourt, La Porte-du-Der (Montier-En-Der et Robert-Magny), Voillecomte, Wassy et Dommartin-Le-Franc.

Vous trouverez en pièces jointes, les projets de périmètres délimités des abords qui ont été préalablement étudiés avec les municipalités concernées.

L'Architecte des Bâtiments de France
Chef de l'UDAP de la Haute-Marne



• Arnaud DESCHAMPS,

Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise
A l'attention de M. le Président

Direction du développement urbain
Cité Administrative
12, rue de la commune de Paris
52115 Saint-Dizier Cedex

Reception au controle de legalite le 17/07/2020 a 18h28
Référence de l'AR : 010-211001649-20200707-21_2020-DE
Affiché le 17/07/2020 - Certifié exécutoire le 17/07/2020

MAIRIE 10500 HAMPIGNY

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL
DE LA COMMUNE D' HAMPIGNY
Séance du 7 juillet 2020

Nombre de MEMBRES			DATE de la CONVOCATION	OBJET
afférent au conseil municipal	en exercice	qui ont pris part à la délibération	3 juillet 2020	N°21/2020 Avis sur le RLPI
			DATE d'AFFICHAGE	
11	11	11	3 juillet 2020	

L'An deux Mil vingt et le sept juillet, à dix-neuf heures, le conseil municipal de cette commune, régulièrement convoqué, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, en la salle polyvalente en raison de la crise sanitaire et à huis clos.
Présents : Mmes et MM. BROUILLARD Josette, DERISSON Matthieu, THOMASSIN David, COSSON Patricia, EDLICH Dorothée, VATIN Françoise, DEMAZY Jean-Michel, DECLERCK Anne, CHAMBON Julien, PICARD Fabienne, sous la présidence de M. Hervé CHAMBON, Maire.
Mme Valérie THIEBAULT a été nommée secrétaire de séance.

Le conseil municipal,
à l'unanimité,
n'émet pas d'observations particulières au dossier présenté par la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier, Der & Blaise relatif au Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI).

MAIRIE D'HAMPIGNY HERVE CHAMBON (Aube)

Herve CHAMBON
2020.07.17 18:12:50 +0200
Ref:20200717_180802_1-1-O
Signature numérique
le Maire

C. Dgs
Cab.nik

CCI MEUSE HAUTE-MARNE

Le PrésidentENSEMBLE ON VA PLUS LOIN

REÇU le
-3 AOUT 2020
Rép: _____

COURRIER ARRIVÉ LE
04 AOUT 2020
Direction du Développement Urbain

Affaire suivie par : Camille Daniel – 03 25 30 08 11

Monsieur Alain SIMON
Vice-Président de la Communauté
d'Agglomération Saint-Dizier Der et Blaise
Cité Administrative
12 Rue de la Commune de Paris
52115 Saint-Dizier cedex

Chaumont, le 30 juillet 2020

Objet : Avis CCI sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPI)

Monsieur le Vice-Président,

Vous nous avez envoyé par courrier reçu le 24 juin, le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPI) et nous vous en remercions.

Après lecture des différents documents, il apparait que le RLPI est soucieux de préserver la qualité des paysages et apaiser l'usage de la publicité.

Le RPLI prévoit plusieurs zonages au sein des zones à vocation économiques et commerciales de la Communauté d'Agglomération. L'identification des « axes tampons entre les zones commerciales et les zones résidentielles » accompagne les politiques d'aménagement des entrées de ville et facilite par son règlement la diminution progressive de la publicité.

Au vu de ces éléments, la CCI émet un **avis favorable**.

Restant à votre disposition pour tout renseignement complémentaire, nous vous prions d'agréer, Monsieur le Vice-Président, l'expression de nos salutations distinguées.

Jean-Paul HASSELER

CCI MEUSE HAUTE-MARNE

Siège : 55 rue du Président Carnot | CS 52012 | 52115 SAINT-DIZIER Cedex | T. 03 25 07 32 00
Site de Bar-le-Duc : Parc Bradfer | 6 rue Antoine Durenne | CS 90903 | 55014 BAR-LE-DUC Cedex | T. 03 29 76 83 00
Site de Chaumont : 9 rue de la Maladière | 52000 CHAUMONT | T. 03 25 30 32 99
Site de Verdun : 30 avenue de Douaumont | 55100 VERDUN | T. 03 29 76 83 00
courrier@meusehautemarne.cci.fr | www.meusehautemarne.cci.fr

aGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE
MARNE

COURRIER ARRIVÉ LE
04 AOUT 2020
Direction du Développement Urbain

REÇU le
-3 AOUT 2020
Rép: ----------

A DDU
C Dgs
Cabinet

Monsieur le Président
Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der & Blaise
Direction du développement urbain
Cité Administrative
12, rue de la Commune de Paris
52115 SAINT-DIZIER Cedex

Châlons-en-Champagne, le 27 juillet 2020

Monsieur le Président,

Objet
Règlement Local de Publicité intercommunal

Référence
Votre lettre du 18/06/2020 reçue le 24/06/2019

Dossier suivi par
Pôle Territoires environnement et société

Copies à :
- Direction Départementale des Territoires

Vous consultez la Chambre d'agriculture de la Marne sur le projet de Règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de votre Communauté d'Agglomération.

Le RLPI est un document qui vise à règlementer la publicité, les enseignes, ainsi que les pré-enseignes. Il permettra entre autres de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes et de sauvegarder le patrimoine naturel.

Ce document n'a pas d'impact sur l'activité agricole, dès lors, la Chambre d'Agriculture de la Marne émet un **avis favorable** sur votre projet de RLPi.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes salutations distinguées.

La Présidente,
Béatrice MOREAU

Siège Social
Complexe agricole du Mont Bernard
Route de Suippes – CS90525
51009 Châlons-en-Champagne Cedex
Tél : 03 26 64 08 13
Fax : 03 26 64 95 00
accueil-chalons@marne.chambagri.fr

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Siret 185 102 514 000 14
APE 9411Z
www.marne.chambre-agriculture.fr

ENGAGEMENT DE SERVICE
www.afaor.org
Conseil-formation

Noemie BOITEUX

De: Aurélie PRADELLE de la part de Pôle Développement Urbain
Envoyé: lundi 10 août 2020 08:37
À: Pauline AMIABLE; 'alains55@hotmail.fr'
Objet: TR: Projet règlement Local de Publicité Intercommunal

De : Etienne CLEMENT [mailto:etienneclement5252@gmail.com]
Envoyé : dimanche 9 août 2020 12:09
À : Pôle Développement Urbain
Objet : Projet règlement Local de Publicité Intercommunal

A l'attention de M. SIMON, vice-président en charge de l'aménagement du territoire
M. SIMON
J'ai bien pris connaissance du projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RPLI) concernant le territoire de la Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise.
Je n'ai pas d'objection à formuler sur ce document qui j'espère donnera lieu à une application stricte pour éviter d'avoir à subir des publicités bien trop agressive et disproportionnée (pour exemple les trois immenses panneaux muraux installés au rond-point de Planrupt)
Cordialement
Etienne CLEMENT
Président LPO Champagne-Ardenne et Grand Est

DOJ

COURRIER ARRIVE
20 AOUT 2020
Direction du Développement Urbain

LE DÉPARTEMENT
meuse

REÇU le
19 AOUT 2020
Rép: _____

DIRECTION DES TERRITOIRES
Service Habitat et Prospective

Affaire suivie par **François SAUTY**
03 29 45 77 42
Chargé de mission « aménagement et prospective »

Monsieur Alain SIMON
Vice-Président de la communauté
d'agglomération Saint Dizier, Der & Blaise
Direction du Développement urbain
Cité administrative
12 rue de la Commune de Paris
52115 SAINT DIZIER Cedex

Bar-le-Duc, le 13 AOUT 2020

Monsieur le Vice-Président,

Vous m'avez transmis par courrier réceptionné le 25 juin dernier, le projet du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) au stade de l'arrêt afin que le Département vous fasse part de son avis.

L'étude de votre dossier n'appelant pas d'observation particulière concernant le territoire meusien, il m'est agréable de rendre un avis favorable à votre RLPi.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Vice-Président, l'expression de mes salutations distinguées.

Pour le Président du Conseil départemental
et par delegation

Dominique VANON
2020.08.12 18:26:00 +0200
Ref:20200811_170116_1-3-O
Signature numérique
Directeur General des Services

Dominique VANON

Dominique VANON
Directeur général des services

Projet de RLPi de Saint-Dizier
Der & Blaise agglomération (52)
Observations des associations
Paysages de France et Belles Forêts sur Marne

20 août 2020

Préambule

À l'instar de la crise sanitaire mondiale que nous traversons, considérée par des scientifiques de premier plan comme une conséquence probable de l'activité humaine sur la biodiversité, les évènements climatiques extrêmes (canicules, incendies géants, inondations, montée du niveau des océans...) se multiplient du fait d'une augmentation sans précédent des émissions de gaz à effet de serre.

Économies basées sur la recherche constante du profit, compétition effrénée entre les entreprises, exploitation sans limite des ressources naturelles, incitation à la surconsommation afin de maintenir un sacro-saint « taux de croissance » : ce cocktail détonnant n'attend qu'une étincelle pour déclencher de nouvelles crises aux conséquences bien plus dramatiques encore puisque c'est la vie sur Terre qui est en jeu.

La publicité, par sa vocation à nous faire consommer toujours plus, est un des vecteurs majeurs de cette logique infernale.

Or la publicité extérieure est l'une des plus invasives, puisque non sollicitée et s'imposant en permanence dans l'espace public.

A l'échelle de notre pays, les collectivités locales ont, au travers des règlements locaux de publicité, une responsabilité cruciale dans la transition écologique. Elles ne pourront s'exonérer de cette responsabilité, chaque acteur, à quelque niveau qu'il soit, se devant d'accompagner les mesures nationales qu'il convient de mettre en place. (Les 150 citoyens de la Convention pour le Climat proposent d'ailleurs l'interdiction de la publicité pour les produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre, voire, l'interdiction des panneaux publicitaires « dans les espaces publics extérieurs » !)

Les règlements locaux de publicité doivent donc, en plus de sauvegarder ou de nous permettre de retrouver nos paysages, limiter au maximum les effets négatifs des publicités et enseignes, en réduisant drastiquement leur place dans notre environnement.

Les arguments visant à sauver un secteur d'activité ou à engranger quelques recettes pour le budget local ne sont bien évidemment plus de mise face à l'urgence écologique.

PRINCIPES GÉNÉRAUX

1. De réelles avancées, compromises par des mesures regrettables

L'une des mesures positives du RLPi de Saint-Dizier Der & Blaise est sans nul doute la règle d'extinction nocturne commune aux publicités, enseignes et mobilier urbain de 22 h à 6 h.

Il faut également saluer l'interdiction des publicités numériques dans la plupart des zones, la limitation de surface de la publicité sur mobilier urbain et l'interdiction des enseignes numériques.

Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par la possibilité d'installer des publicités scellées au sol de plus de 10 m2, des panneaux numériques au format maximum de 8 m2, des enseignes murales gigantesques, des enseignes scellées au sol et sur toiture de grand format ou encore l'absence de réglementation des enseignes hors agglomération.

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que :

- **la transition écologique**, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique nécessitant que les mesures prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et, notamment, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés

- **la lutte contre l'incitation continuelle à la surconsommation et au gaspillage**, causes majeures de la destruction des ressources de la planète, qui de plus fragilisent et mettent en difficulté certaines catégories de la population.

- **la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité**.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

- Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique

- Diminuer vraiment la surface et la densité de certains dispositifs

- Limiter au maximum les lumineux

2. Présentation du projet

Répétitions :

Le projet tel qu'il est écrit est difficile d'accès. Il aurait pu être considérablement réduit si les mesures s'appliquant à toutes les zones avaient été placées dans les dispositions générales, par exemple, les dessins concernant les enseignes se retrouvent à l'identique pour les différentes zones, alourdissant inutilement le document.

Zonage :

La logique du plan de zonage est celle qui prévaut dans la plupart des RLP réalisés par le bureau d'études Even : présenter un faible nombre de zones, qui sont ensuite découpées pour s'adapter au mieux au terrain.

« Le RLPI de la Communauté d'Agglomération Saint Dizier Der & Blaise est composé de quatre zones de publicité (ZP0 à ZP3), dont certaines sont divisées afin de s'adapter au mieux aux différentes particularités des secteurs à enjeux, identifiés lors du diagnostic. »

Traduction : Faire passer le RLP pour un règlement simple avec peu de zones, mais redécouper ces zones afin de **réserver aux afficheurs les secteurs les plus rentables de la ville et limiter la publicité dans les secteurs les moins rentables.**

On aboutit ainsi à 7 zones différentes, un nombre beaucoup trop élevé pour une agglomération de cette taille.

Cette logique est assumée ouvertement concernant la présentation de la ZP3 Axes : *« Ces axes sont actuellement particulièrement affichés car très passants. Afin d'assurer une transition entre zones d'activités et zones résidentielles, la publicité scellée au sol restera possible, mais limitée en nombre, de manière à diminuer petit à petit la densité de l'affichage publicitaire. »*

Alors que ces axes devraient être dépollués en priorité, on va laisser y prospérer des panneaux scellés au sol de 10,5 m2 . L'interdiction des doublons et la nécessité d'une longueur d'unité foncière supérieure à 20 m n'est bien évidemment pas de nature à limiter vraiment la densité de l'affichage.

Ainsi, la **ZP3 devrait être supprimée**, en intégrant les 2 axes concernés dans la ZP1b puisqu'ils longent les zones d'habitation de cette ZP1b.

La ZP2c devrait également être supprimée. En effet, la publicité y est totalement interdite. Comme les règles régissant les enseignes sont identiques en ZP2b et ZP2c, il paraît donc tout à fait logique de supprimer la ZP2c et d'indiquer pour la ZP2b : « Autres zones d'activités et hors agglomération ». Cela présenterait l'avantage de supprimer une zone de publicité inutile tout en réglementant les enseignes situées hors agglomération qui n'ont pas été traitées dans ce règlement.

Enfin, la ville de St Dizier a un grand projet de cœur de ville dont un projet de *« coeur commercial piéton »*. Il serait nécessaire (et logique) d'intégrer ce secteur dans la ZP0 ainsi que l'église Notre Dame voisine et le parc du château sous les remparts. Toute cette zone serait ainsi reliée au parc du Jard déjà en ZP0 et créerait un grand secteur protégé débarrassé de toute publicité.

Des erreurs à rectifier :

Le tableau récapitulatif indique 4 m2 pour les publicités scellées au sol, alors que le règlement indique 10,5 m2.

Concernant les enseignes en ZP3, on trouve une disposition relevant de la ZP0 (page 43), une autre de la ZP1 (page 44).

Chapitre 4, page 18 : une phrase est inutilement répétée : « Tout ajout, extension ou découpage ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif est interdit : la publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière. »

Deux précisions à apporter :

- Le terme *« publicités de chantier »* correspond apparemment à *« palissades de chantier »*. Celui-ci serait plus approprié dans la liste des dispositifs autorisés (afin d'éviter la confusion avec les publicités sur bâches de chantier).

- Dans le tableau récapitulatif concernant les publicités, on trouve en dernière ligne le terme *« covering grand format »*, avec l'indication *« RNP-soumis à autorisation du maire. »* Or le RNP (règlement national de publicité) ne mentionne nulle part ce type de dispositif. On ne retrouve pas ce terme dans les articles, ni dans le glossaire. Cette ligne doit donc être supprimée.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

- compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones
- limiter à 5 zones de publicité maximum, en supprimant les ZP2c et ZP3.
- corriger erreur et apporter précisions

3. Déconstruction des mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement

Le futur règlement devrait avoir pour but principal de réduire la pollution et les multiples nuisances engendrées par la publicité extérieure. Ici, c'est l'inverse qui est préconisé, puisque le règlement propose d'installer de la publicité dans des lieux qui en sont normalement protégés.

La dérogation à l'interdiction de la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, doit à l'évidence n'être envisagée que comme une mesure d'exception, conduite avec le plus grand discernement, c'est-à-dire en limitant au maximum le nombre de dispositifs et en recourant à des formats les plus réduits et les moins pénalisants possibles pour l'environnement.

L'église de Notre Dame et celle de Gigny ne méritent pas d'être encadrées de panneaux publicitaires !

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, y compris sur le mobilier urbain.

PUBLICITÉS

4. Publicités scellées au sol : des formats incompatibles avec une protection de l'environnement

Le projet prévoit d'autoriser des panneaux scellés au sol de 10,5 m2 en ZP2a et ZP3. Or, l'un des objectifs du RLPi de Saint-Dizier Der & Blaise est de «Maintenir un cadre de vie de qualité»

Comment peut-il être possible d'atteindre cet objectif en acceptant l'installation de panneaux scellés au sol de 10,5 m2 ?

Une surface de 10,5 m2, c'est le format désormais adopté nationalement par les afficheurs. **S'y conformer localement, c'est répondre à une demande de la profession, en entérinant les pratiques existantes, et non vouloir profondément améliorer le cadre de vie de nos concitoyens.** Ces panneaux sont par ailleurs fréquemment éclairés par projection ou transparence et peuvent être déroulants, avec un effet est encore plus désastreux. Alors qu'**une réduction à 4 m2 n'empêcherait nullement la lecture du message avec un impact visuel bien moindre**, rien ne peut justifier une taille de 10,5 m2, hormis l'intérêt économique pour les afficheurs.

Le format de 10,5 m2 est très proche du maximum autorisé par le Code de l'environnement (les fameux 4 X 3). Or, ces panneaux sont devenus le symbole tristement célèbre de la laideur, des nuisances et de la pollution engendrées par l'affichage publicitaire.

Ainsi, non seulement le cadre de vie et l'environnement des habitants serait gravement affecté par cette pollution, mais les axes principaux, très parcourus quotidiennement, qui constituent donc les paysages les plus vus et qui, partant, sont l'une des vitrines de Saint-Dizier, seraient littéralement livrés aux afficheurs.

Cela alors même qu'ils devraient, par excellence, faire l'objet de toute l'attention et du traitement approprié que méritent les axes majeurs, comme c'est le cas dans nombre de RLP.

Les publicités de plus petit format (4 m2) sont, chacun peut le constater, tout à fait visibles et lisibles dans les communes de moins de 10 000 habitants. Elles ne sont de plus, dans ces communes, qu'apposées sur des murs. Pourquoi seraient-elles moins lisibles dans une ville comme Saint-Dizier, alors que les véhicules (et les piétons) y circulent à la même vitesse ? Le grand format de 10,5 m2 n'a comme seule utilité que de gonfler le chiffre d'affaire des afficheurs (et accessoirement d'accroître le matraquage publicitaire), avec de désastreux effets sur les paysages.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activités limitées à 2 m2.

5. Publicité numérique : un très mauvais exemple

Le projet autorise en ZP2a la publicité numérique sur des panneaux de 8 m2, le format maximum autorisé par le Code de l'environnement.

Or, les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, font partie des dispositifs qui, outre leur effet de banalisation, ont le plus fort impact sur leur environnement ;

L'effet perturbateur de ces derniers sur l'ambiance paysagère d'un lieu, du fait notamment d'éclairs (flashes) intermittents, est extrêmement violent ;

Des enjeux environnementaux et sociétaux majeurs sont également en cause, tels la protection du ciel nocturne, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique, la surconsommation et le gaspillage des ressources de la planète, la mise en difficulté de certaines catégories de personnes au faible pouvoir d'achat (Incitation continuelle, et par toutes sortes de procédés, à acheter et consommer).

Alors que, partout, l'ordre du jour est à la réduction de l'éclairage public et alors que, nous répète-t-on jour après jour, la « planète brûle », installer massivement des publicités

lumineuses va très exactement à l'encontre des mesures que les collectivités se doivent aujourd'hui de prendre dans le cadre de la transition écologique et de tout ce qu'il convient de faire en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

Comment demander aux citoyens d'agir au quotidien par de multiples gestes et d'accepter les contraintes qu'impose l'urgence écologique, si, dans le même temps, la collectivité donne un contre-exemple de ce qu'il convient en toute logique de faire ?

Il apparaît donc indispensable, en vue de pallier les conséquences environnementales de ce grave défaut de conseil de la part du bureau d'études, de reprendre la réflexion et d'étudier quelles mesures raisonnables pourraient être prises dans le cadre du RLP.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en ZP2a, limitée à 1 m2.

6. Bâches de chantier et dispositifs de dimensions exceptionnelles : pollution à grande échelle

Le RNP autorise 50% de leur surface pour la publicité. Ces dispositifs gigantesques, visibles de très loin, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles ne sont soumis à aucune limite de surface qu'ils soient sur support ou scellés au sol. Les panneaux numériques sont limités à 50 m2 !

Le projet, en renvoyant ces dispositifs à l'appréciation du maire de la commune, laisse la porte ouverte à des publicités hors normes.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Limiter à 12 m2 la publicité sur les bâches de chantier.

Interdire les dispositifs de dimensions exceptionnelles.

7. Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain

Le projet prévoit d'autoriser massivement et sans la moindre règle de densité, y compris dans les « cœurs historiques », la publicité sur mobilier urbain.

Indépendamment des très graves atteintes portées au paysage et au cadre de vie, des effets de banalisation ainsi engendrés, un tel parti pris apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui.

La logique consistant à faire des voies publiques (trottoirs) des lieux où peuvent se déployer de tels panneaux publicitaires va, en effet, très exactement à l'encontre de ce qu'une collectivité se doit de faire en matière d'environnement.

Quel exemple donnerait Saint-Dizier Der & Blaise agglomération en polluant ainsi l'espace public, encombrant des trottoirs dont la vocation première est le déplacement des piétons pour se rendre à leur travail, faire leurs courses ou tout simplement flâner ?

Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent.

De plus, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre l'incitation continuelle à la surconsommation et au gaspillage nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

La publicité sur les abris pour voyageurs

Force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement. Bien qu'un abri destiné au public n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire

L' article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que « Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction [...], supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. »

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent prospérer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Le rôle du bureau d'étude en la matière est de conseiller la ville en lui demandant, comme le font certaines collectivités, de rappeler clairement dans une mesure du RLP le rôle accessoire de la publicité sur ces dispositifs.

Mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

Le projet dans sa version actuelle prévoit d'autoriser, dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants, la publicité scellée au sol sur mobilier urbain. Une telle disposition est illégale et doit impérativement être corrigée.

Il convient en effet de rappeler qu'en vertu des dispositions combinées des articles R.581-42 et R.581-31, la publicité sur mobilier urbain y est interdite dès lors qu'aucune des communes concernées ne fait partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

L'interdiction de la publicité sur mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants est explicitement rappelée dans le guide juridique publié en 2014 par le ministère de l'Écologie. Cette interdiction est signalée par le rédacteur comme résultant d'une « erreur rédactionnelle ».

Pour autant, contrairement aux erreurs avérées, toutes corrigées depuis par décret, cette erreur supposée n'a jamais fait l'objet d'une quelconque "correction".

En tout état de cause, il va de soi que la réglementation qui s'applique est celle en vigueur et non une quelconque réglementation « virtuelle ».

En prévoyant d'autoriser la publicité sur mobilier urbain dans les communes où le Code de l'environnement l'interdit, le bureau d'étude intervenant est à l'origine d'un très grave défaut de conseil.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire le numérique.

Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à une seule face.

Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.

Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)

Interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants

ENSEIGNES

8. Des enseignes sur façade démesurées

Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes ». À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m2 !

Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage.

Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Limiter à 6 m2 pour chaque façade supérieure à 50 m2

Limiter à 4 m2 pour chaque façade inférieure à 50 m2

9. Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

L'article L. 581-3 du Code de l'environnement stipule que « Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.»

Dès lors que l'activité en question ne s'y exerce plus (entre la fermeture et l'ouverture de l'établissement), l'enseigne n'a plus de raison d'être. Ce raisonnement prend toute sa force avec les enseignes lumineuses qui sont ainsi détournées de leur usage initial à des fins publicitaires.

La règle d'extinction proposée (22 h – 6 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Préconisation de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.

10. Des enseignes scellées au sol inutiles

Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment

où s'exerce l'activité.

- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

La limitation à 6 m2 en ZP2 b et ZP2 c ainsi que la limitation à 10,5 m2 en ZP2a correspondent approximativement aux maximum imposées par le RNP en fonction de la taille des agglomérations.

De nombreuses collectivités ont décidé d'imposer une surface identique, quelque que soit la taille de l'agglomération, participant ainsi à une dépollution nécessaire de leurs zones d'activités.

Concernant les enseignes posées au sol sur domaine public, il est indispensable, afin de ne pas créer d'obstacle à la circulation piétonne, de laisser un libre passage de 1,40 m de large au minimum sur les trottoirs.

Préconisations de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique. A défaut, limiter à 2 m2 en toutes zones.

Enseignes posées au sol : espace minimum de 1,40 m pour le passage des piétons.

11. Des enseignes sur toiture énormes

Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement.

Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m2, elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans leur centre ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale.

L'interdiction de ces enseignes en ZP1 et ZP3 montre bien que la collectivité a conscience de leur inutilité. Les interdire sur toute la métropole ne serait donc que la poursuite logique de cette demie-mesure.

Préconisation de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Interdire les enseignes sur toiture également en ZP2, ou à défaut limiter à 8 m2.

12. Les enseignes hors agglomération oubliées

Les enseignes hors agglomération ont été exclues du projet, autorisant ainsi les dispositions les plus laxistes du Code de l'environnement : enseignes scellées au sol de 12 m2 , enseignes de moins de 1 m2 sans limitation de nombre, enseignes sur toiture jusqu'à 60 m2 !, enseignes sur façade et numériques pouvant atteindre des surfaces hors norme, avec une règle d'extinction nocturne de 1 h à 6 h.

Alors que ces établissements situés en zone rurale devraient faire l'objet d'une attention toute particulière, ce serait au contraire ceux qui pourraient polluer le plus !

Préconisation de Paysages de France et Belles Forêts sur Marne :

Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant la ZP2b.

Malgré quelques points positifs, nos associations émettent un **avis défavorable** sur ce projet (panneaux de grand format, publicité numérique, publicité sur mobilier urbain insuffisamment réglementée, enseignes scellées au sol et sur toiture inutiles, enseignes hors agglomération non réglementées...)

Jean-Marie DELALANDE, vice-président de Paysages de France,

5 place Bir-Hakeim 38000 GRENOBLE

Max DAVIGOT, membre de la collégiale de "Belles forêts sur Marne"

5 impasse du général Maistre 52100 SAINT-DIZIER

Paysages de France

Belles Forêts Sur Marne

SCoT
DES TERRITOIRES
DE L'AUBE

RECU
- 9 SEP. 2020
Rep: ----------

Monsieur le Président
Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise
Cité administrative
12, rue de la Commune de Paris
52115 SAINT-DIZIER CEDEX

Troyes, le 7 septembre 2020

Affaire suivie par :
Claudie LEITZ – Tél : 03.25.71.88.98
claudie.leitz@syndicatdepart.fr
N/Réf : n°25-09-20
Objet : Avis sur le RLPI

Monsieur le Président,

Vous m'adressez pour avis, par courrier du 18 juin 2020, le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise, arrêté en date du 27 février 2020.
Le territoire de votre communauté d'agglomération est en effet limitrophe du périmètre du SCoT des Territoires de l'Aube porté par notre syndicat et approuvé le 10 février 2020.

L'élaboration d'un RLP à l'échelle des 60 communes de votre intercommunalité, menée après un recensement précis et détaillé des dispositifs existants, vise à édicter des dispositions harmonisées et adaptées au territoire communautaire pour plus de cohérence et d'efficacité dans l'application de la réglementation.
Cette démarche répond également à plusieurs objectifs dont certains rejoignent nos préoccupations et entrent en résonnance avec les orientations de notre SCoT. La conception du document s'appuie en particulier sur la recherche d'une meilleure intégration paysagère de la publicité pour préserver les patrimoines bâtis et naturels locaux, ainsi que sur la volonté de régulation de la pression publicitaire pour requalifier les entrées de ville et revaloriser les centralités urbaines et villageoises.

Au regard de ces éléments, j'émets donc, au nom du syndicat DEPART et après examen en Bureau du 7 septembre 2020, un avis favorable à votre projet de RLPI.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes salutations distinguées.

Le Président,
Jean-Pierre ABEL

SYNDICAT DEPART

SYNDICAT D'ÉTUDE, DE PROGRAMMATION ET D'AMÉNAGEMENT DE LA RÉGION TROYENNE

syndicatdepart.fr

Direction et assistance technique
28, bld Victor Hugo
10000 TROYES
tél. **03 25 71 88 98**
fax 03 25 71 88 89

Secrétariat administratif
Mairie des Noës
10420
Les NOES-PRES-TROYES
tél. 03 25 74 85 86
fax 03 25 74 35 87

JCDecaux

Communication Extérieure

COURRIER ARRIVE
22 SEP. 2020
Direction du Développement Urbain

Monsieur le Président
Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise
Cité administrative
12, rue de la Commune de Paris
52100 SAINT-DIZIER

REÇU le
21 SEP. 2020
Rép

Nancy, le 18 septembre 2020

Lettre recommandée avec accusé de réception n° 1A 192 436 2442 3 et envoi anticipé par courriel à pdu@mairie-saintdizier.fr

Objet : Contribution à la révision du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

Monsieur le Président,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure de révision du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise.

Le règlement local de publicité intercommunal ayant pour but d'encadrer notre activité économique et étant un document voué à perdurer dans le temps, nous souhaitons ce jour vous faire part de quelques observations et points de vigilance sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

Le futur RLPi de la Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise est à nos yeux un vrai tournant et a de grandes ambitions auxquelles nous adhérons totalement.

D'une part, il entérinera la volonté de la loi Grenelle II de doter les collectivités d'un règlement cohérent, tout en garantissant les spécificités propres à votre territoire.

D'autre part, la Communauté d'agglomération entend traiter les nouveaux dispositifs issus de la loi Grenelle II. Pour le mobilier urbain, il s'agit de la publicité numérique.

Au préalable, il importe de rappeler que le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (**service public des transports** pour les abris-voyageurs – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, **service public de l'information** pour les mobiliers d'information locale - CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606) et que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

JCDecaux France
Siège Social : 17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79
Dir. Rég. Lorraine Champagne Ardenne - 13, Allée des Peupliers - B.P. 89 - 54183 Heillecourt Cedex - France
Tél. : +33 (0)3 83 58 46 66 - Fax : +33 (0)3 83 53 32 42
www.jcdecaux.com

JCDecaux

Qui plus est, parce que l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** via un contrat public, il est indispensable de ne pas limiter au sein du RLPi les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur votre territoire.

A défaut, toute limitation aurait pour conséquence immédiate de compromettre le financement du mobilier urbain par la publicité et ainsi de restreindre les moyens de communication et les nouveaux

services qui pourraient se développer dans les années à venir sur votre territoire et qui ne peuvent à date être identifiés.

Souhaitant apporter notre contribution, nous vous formulons ci-après quelques propositions d'aménagements réglementaires visant à améliorer les équilibres du projet de texte. Ces derniers sont repris, pour plus de clarté, dans un document de synthèse ci-joint et dont les préconisations ont pour objectif de faire du futur RLPi de la Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise un règlement durable, lisible et limitant tout risque d'incertitude juridique liée à son application à venir.

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Président, nos salutations distinguées.

Hervé COUILLARD

Directeur Régional

JCDecaux

Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise

Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal

Avis aux PPA - Septembre 2020

I. Sur la spécificité du mobilier urbain

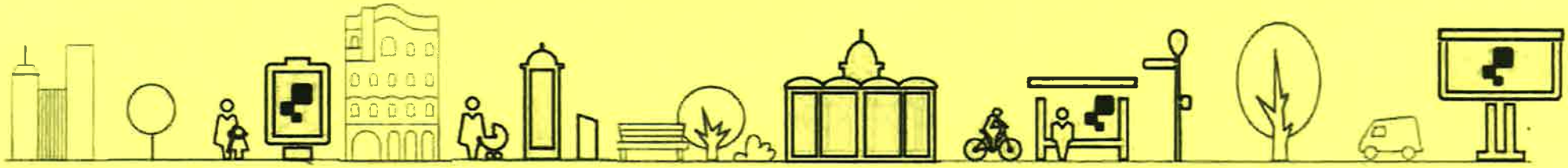
Préambule

Prévu aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, **5 types de mobilier urbain** sont susceptibles de supporter de la publicité :

- *Abris-voyageurs*
- *Kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial*
- *Colonnes porte-affiches*
- *Mâts porte affiches*
- *Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques*

- La fonction première du mobilier urbain reste la **communication de la collectivité** ainsi que les **services apportés aux usagers :**
  - **Abris-voyageurs** = ***service public des transports*** (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs)
  - **Mobiliers d'information** = ***service public de l'information*** (CE 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140606)

Modèle économique : Les **droits d'exploitation publicitaire** sur les mobiliers urbains ***financent les services rendus.***



Une spécificité qui se doit d'être garantie au sein du RLPi

Le mobilier urbain ne supportant de la publicité qu' « ***à titre accessoire eu égard à [sa] fonction*** » (article R.581-42 du Code de l'environnement), il bénéficie d'un **régime juridique propre**.

⚠

→ Le Code de l'environnement traite en effet de l'« *utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire* » dans une **sous-section distincte de celle des « dispositifs publicitaires ».**

→ La plus grande clarté dans la rédaction du RLP permettra de **sécuriser l'exploitation publicitaire actuelle et à venir des mobiliers urbains** sur le territoire.

Notre recommandation :

1. Ajouter au Préambule du RLPi, dans sa partie I. Champs d'application du RLPi, une disposition pouvant être rédigée comme suit :

> « ***La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLP*** ».

→ ***Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement.***
→ ***Conséquences*** : tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable.

La Cité évolue par nature et sous l'impulsion des élus, le RLPi ne doit pas devenir une contrainte à cette évolution.
Le mobilier urbain est inéluctablement partie prenante de ces mouvements.

Une spécificité qui se doit d'être garantie au sein du RLPi

2. De modifier le lexique du projet de RLPi en intégrant la spécificité du mobilier urbain par opposition au dispositif publicitaire :

« Dispositif (publicitaire) : terme désignant un support dont le principal objet de recevoir ou de permettre l'exploitation d'une publicité quel qu'en soit le mode.
Le mobilier urbain, support de publicité à titre accessoire, n'est pas considéré comme un dispositif (publicitaire) au titre du présent RLP ».

3. De compléter la définition donnée du mobilier urbain à l'article 6. Mobilier urbain (Chapitre 1 : Préambule / II. Les principales définitions) dans laquelle deux types de mobiliers urbains pourtant mentionnés au lexique ont été oubliés : les colonnes et les mâts drapeaux.

6. Mobilier urbain

*« Les mobiliers urbains sur lesquels peuvent être apposés des publicités ou pré-enseignes sont les abris destinés au public, les kiosques à journaux ou autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public, **les colonnes porte-affiches, les mâts porte-affiches**, le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. Le mobilier urbain peut accueillir de la publicité à titre accessoire et n'ont pas pour fonction principale l'affichage de publicité. »*

4. De prendre en compte, au sein de l'article I. Règles communes du projet de RLPi, le format spécifique des colonnes porte-affiches :

*« Tout ajout, extension ou découpage ayant pour but d'augmenter le format initial du dispositif est interdit. **~~Le publicité doit s'inscrire dans un cadre rectiligne de forme régulière~~**. »*

Nous proposons de supprimer la mention ci-dessous dans la mesure où elle ne tient pas compte du format spécifique des colonnes porte-affiches.

Le mobilier urbain supporte à titre accessoire des « publicités » telles que définies à l'article L.581-3 du Code de l'environnement, à savoir « *toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention* ».

Aussi, il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire « *dont le principal objet* » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement).

La **collectivité maîtrise l'installation du mobilier urbain sur son domaine public** :
- type de mobiliers (**format, design, couleur, nombre**) ;
- **emplacements** définis dans le cadre du contrat public.

Présence de restriction au sein du RLPi = contrainte supplémentaire à respecter au regard de l'équilibre économique du contrat dont les charges sont financées par les recettes publicitaires du titulaire.

→ Un RLP doit permettre au mobilier urbain de répondre aux souhaits de la collectivité, ces derniers peuvent évoluer dans le cadre des contrats conclus sur de longues durées.

→ **A noter : malgré un RLPi favorable de principe à une exploitation publicitaire sur mobilier urbain, l'autorité compétente dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation de mobilier urbain publicitaire.**

Notre recommandation :

En vue de parfaire la bonne compréhension du projet de RLPi, il convient de :

- **Préciser** que les dispositions concernant les « scellés au sol », ou encore « *les dispositifs* » au sein du présent projet, c'est-à-dire **les dispositions visant les supports à vocation exclusivement publicitaire, ne concernent pas la publicité supportée par le mobilier urbain alors support de publicité à titre accessoire.**

- **Définir, en annexe du RLPi, les termes de « dispositif publicitaire » et de « mobilier urbain » comme suit :**
  - *Dispositif publicitaire : support dont le principal objet est de recevoir de la publicité*
  - *Mobilier urbain : mobilier supportant à titre accessoire de la publicité sous réserve des dispositions prévues par la Règlementation nationale*

5

II . Sur le régime du mobilier urbain dans les zones d'interdiction relatives de publicité

Article L.581-8 I du Code de l'environnement → Possibilité de réintroduire la publicité apposée sur mobilier urbain dans les zones suivantes :

- **Abords de monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du patrimoine** (périmètre délimité des abords (PDA) ou à défaut, périmètre de 500m en covisibilité du monument historique depuis loi LCAP*)
- **Sites patrimoniaux remarquables (SPR) mentionnés à l'article L.631-1 du Code du patrimoine** (N.B.: secteurs sauvegardés / ZPPAUP / AVAP sont désormais qualifiés de SPR)
- **Parcs naturels régionaux**
- **Sites inscrits**
- **À moins de 100m et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4**
- Aire d'adhésion des parcs nationaux
- **Zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1** (zones Natura 2000 notamment)

*** Depuis la loi LCAP, le périmètre par défaut d'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques est porté de 100 à 500m**
Nouvelle interdiction relative qui entre en vigueur au 1er janvier 2020 (pour les villes sans RLP) et au 13 juillet 2020 pour les communes actuellement dotées d'un RLP.

A noter : L'avis de l'ABF sera requis lors de toute implantation de mobilier urbain dans les SPR et en abords de monuments historiques (articles R.421-25 et R. 423-54 du Code de l'urbanisme).

En outre, l'inscription d'un périmètre au label UNESCO n'emporte aucune conséquence règlementaire du point de vue de la publicité.

Tel que rédigé, l'article I. ZPO – Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés (Chapitre 2 – Délimitation des zones de publicité) ne semble pas tenir compte des apports de la loi LCAP – 2016. en effet, cette dernière porte le périmètre par défaut d'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques de 100 m à 500 m (article L.621-30 du Code du patrimoine).

Il est donc nécessaire de porter le périmètre aux abords des monuments historiques à 500 m pour le mobilier urbain.

I. ZPO – Espaces naturels, bourgs patrimoniaux et secteurs protégés

La ZPO concerne l'ensemble des secteurs de nature (bords de rivière, de canaux protégés sur 20 m de part et d'autre de l'axe du fil d'eau), les voies ferrées, une partie des bourgs patrimoniaux, ainsi qu'une partie des abords immédiats des monuments historiques (périmètre de 100 m). Ce zonage est protecteur et interdit la publicité.

Ce zonage protège notamment des centres-bourgs (Allichamps, Eurville-Bienville, Fontaines-sur-Marne), et des abords de monuments historiques (périmètres de 100 m autour de l'Eglise Assomption à Ambrières ou de l'Eglise Saint-Laurent d'Eclaron à Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière).

6

Notre recommandation :

- **Le mobilier urbain demeurant sous l'entière maitrise de la Collectivité et requérant l'avis de l'ABF lors de toute implantation dans les SPR et en abords de monuments historiques, nous vous proposons d'insérer à l'article « I. Règles communes » du « Chapitre 4 : Réglementation des publicité et pré-enseignes » une disposition portant levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain. Cette dernière peut alors être rédigée comme suit :**

  *« Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire, le mobilier urbain publicitaire est autorisé **dans l'ensemble des secteurs listés à l'article L.581-8 I du code de l'environnement** ».*

III. Sur les contraintes d'exploitation

L'éclairage des publicités sur mobilier urbain

L'article IV. Règles d'extinction nocturne au sein du « Chapitre 3 : Dispositions générales sur le matériel » dispose que « *les publicités les préenseignes lumineuses et enseignes, **y compris numériques et y compris sur mobilier urbain, doivent respecter les plages horaires d'extinction nocturne fixées de 22h à 6h pour l'ensemble des zones*** ».

L'article R.581-35 du Code de l'environnement a exclu les publicités apposées sur mobilier urbain de l'obligation d'extinction nocturne, lorsqu'elles sont éclairées par projection ou transparence ou lorsqu'elles sont numériques, à condition que leurs images soient fixes dans ce dernier cas.

Le Conseil d'Etat a validé cette exclusion au motif que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « ***d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité juridique dans les agglomérations*** » (CE, 4 décembre 2013, req. N° 357839).

Notre recommandation :

- **Tenir compte de ces prescriptions au sein du projet de RLPi et préciser le cas du mobilier urbain dans l'article IV. Règles d'extinction nocturne du projet de RLPi :**

  IV. Règles d'extinction nocturne

  A l'exception du mobilier urbain**, les publicités, préenseignes lumineuses et enseignes, y compris numériques ~~et y compris sur mobilier urbain~~, doivent respecter les plages horaires d'extinction nocturne fixées de 22 heures à 6 heures pour l'ensemble des zones. **Le mobilier urbain, y compris numérique, demeure soumis aux dispositions fixées à l'article R.581-35 du Code de l'environnement.

IV- Sur les contraintes d'implantation et/ou d'esthétique des mobiliers urbains

Les contraintes de format

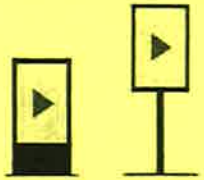
Contrairement aux dispositifs 100 % publicitaire, la personne publique en qualité de gestionnaire ou propriétaire, **autorise ou non** l'implantation d'un mobilier urbain publicitaire sur son domaine, et ce même si le RLP l'autorise au départ.

Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire requiert **l'aval des services de la collectivité compétente** (+ décision concertée avec l'opérateur) ainsi que, le cas échéant, l'accord des Architectes des Bâtiments de France en périmètres protégés.

Il est donc inutile que la Collectivité contraigne à date le format de la publicité apposée sur mobiliers urbains à 2m² selon les zones alors qu'elle en a l'entière maîtrise.

Notre recommandation :

- **Supprimer toute contrainte de format à l'égard du mobilier urbain au sein du RLPi et notamment dans l'article II. Dispositions applicables à chaque zone de publicité (Chapitre 4 : Réglementation des publicités et pré-enseignes)**
- **Placer le mobilier urbain sous le régime prévu par la règlementation nationale en toutes zones et ce, sans contraintes liées au format, ce dernières étant régies par contrat.**



V. Sur le régime du mobilier urbain numérique

La Collectivité souhaite proscrire l'implantation de publicité lumineuse numérique en ZP1 et ZP3 , **sans préciser le régime particulier du mobilier urbain numérique selon la zone.**

Placés au service de la communication de la collectivité, les mobiliers urbains numériques permettent de délivrer une **information contextualisée** (en temps réel, au bon endroit et au bon moment) et d'accompagner les collectivités dans leur transformation numérique. En outre, ils permettent de dynamiser le marché publicitaire. Ces mobiliers sont en effet un levier d'innovation incomparable dans notre secteur.

Pour rappel, la collectivité dispose de **la pleine et entière compétence pour décider de l'implantation de mobiliers urbains numériques sur son territoire**.

Ces derniers sont en effet sous le **régime strict de l'autorisation préalable** → *autorisation délivrée par le maire au cas par cas et compte tenu du « cadre de vie environnant ». En outre, la collectivité et l'Architecte des Bâtiments de France (en SPR et dans les abords de monuments historiques) peuvent refuser toute implantation de mobilier urbain.*

Il apparaît donc nécessaire de préserver le **choix de la collectivité** de se doter à l'avenir de **ce type de mobilier urbain au sein du futur RLPi.**

En effet, ces outils d'innovation sont des **vecteurs efficaces de l'information institutionnelle sur le domaine public.**

Notre recommandation :

- Autoriser, **en toutes zones, le mobilier urbain numérique et le soumettre aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement.**

Les articles relatifs à la « *Publicité numérique* » et présents au sein de chaque zone du RLPi pourraient alors être amendés de la façon suivante :

*« La publicité lumineuse numérique est interdite, **à l'exception de celle supportée de manière accessoire par du mobilier urbain**. ».*

DDV → Plan 7
Copie DGS
A SIMON

PRÉFET DE LA HAUTE-MARNE

Liberté
Égalité
Fraternité

REÇU le
23 SEP. 2020
Rép: ----------

Direction départementale des territoires

COURRIER ARRIVE
24 SEP. 2020
Direction du Développement Urbain

SERVICE SÉCURITÉ ET AMÉNAGEMENT
BUREAU AMÉNAGEMENT

Chaumont, le 18 SEP. 2020

Affaire suivie par : Catherine Dupras-Julio
Tél. : 03 25 3 79 98
catherine.julio@haute-marne.gouv.fr

Monsieur le Président,

Le conseil communautaire de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise a choisit d'adapter le règlement national relatif à la publicité extérieure aux caractéristiques et enjeux locaux en élaborant un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) par délibérations du 14 décembre 2018 et 16 décembre 2019.

La communauté d'agglomération a tiré le bilan de la concertation et arrêté son projet de RLPI par délibération du conseil communautaire le 27 février 2020.

Le projet de RLPI a pour objectif de préserver et renforcer l'image du territoire, de maintenir un cadre de vie de qualité et de renforcer le dynamisme des activités commerciales et économiques locales tout en s'adaptant et anticipant les nouvelles technologies.

L'examen des différents documents m'a amené à formuler différentes observations:

– Le rapport de présentation indique intégrer la future modification du ou des périmètres de protection dans un rayon de 500 mètres autour du ou des monuments(s) historiques en périmètres délimités des abords. En application de l'article R 621-93 du code du patrimoine, l'enquête publique permettant l'évolution des périmètres délimités des abords ne peut être réalisée que de deux façons : lors de l'élaboration, révision d'un document d'urbanisme ou lors d'une enquête spécifique dans les conditions fixées par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du code de l'environnement ; l'une ou l'autre de ces conditions n'étant pas remplies, le RLPi devra indiquer les périmètres de protection actuellement en vigueur.

Direction départementale des territoires
92 rue du commandant Hugueny
CS 97087
52903 CHAUMONT Cedex 9
Tél. 03.25.26.79.79 - Télécopie 03.25.30.79.80
Site internet : http://www.haute-marne.gouv.fr

- les d'information sur l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont absentes. Les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des espaces d'affichages dits "libres" (article L.581-13 du code de l'environnement) ;

- les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération (article R.581-78 du code de l'environnement) sont absents notamment pour les communes du département de la Haute-Marne.

L'attention de la collectivité est attirée sur la nécessité de veiller au respect de la procédure d'enquête publique, à la composition du dossier de RLPI afin de conforter la sécurité juridique du document.

Vous trouverez en annexe des observations visant à clarifier et compléter les différentes pièces du dossier.

Sous réserve de la prise en compte préalable de celles-ci et des remarques formulées précédemment, j'émets un avis favorable sur le projet de RLPI de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération très distinguée.

Pour le Préfet, et par délégation,
Le Secrétaire Général de la Préfecture

François ROSA

Monsieur le président
de la communauté d'agglomération
de Saint-Dizier, Der et Blaise
Cité Administrative
12, rue de la Commune de Paris
52 115 Saint-Dizier cedex

PRÉFET
DE LA HAUTE-
MARNE
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction départementale des territoires

SERVICE SÉCURITÉ ET AMÉNAGEMENT
BUREAU AMÉNAGEMENT

Chaumont, le 17 SEP. 2020

Projet de règlement local de publicité intercommunal

de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise

Annexe de l'avis de l'État sur le projet arrêté le 27 février 2020

Rappel sur le contexte réglementaire :

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement (ENE) donne compétence au maire pour établir un règlement local de publicité (RLP) adaptant les dispositions nationales contenues dans le code de l'environnement.

Le RLPI est le document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal. Il est l'expression du projet de l'intercommunalité en matière d'affichage publicitaire et est un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers et les professionnels de l'affichage qui s'y réfèrent. Conformément à l'article L 581-14-1 du code de l'environnement, la procédure d'élaboration de RLPI est calquée sur celle des plans locaux d'urbanisme.

Le RLPI est établi conformément aux objectifs qui figurent dans les dispositions législatives du code de l'environnement que sont : la protection du cadre de vie, la prévention des nuisances visuelles et la réduction des consommations énergétiques.

Il ne peut être que plus restrictif que la règle nationale. Par ailleurs, un RLPI ne peut interdire de manière générale la publicité sur tout le territoire intercommunal.

Direction départementale des territoires
82 rue du commandant Hugueny
CS 92087
52903 CHAUMONT Cedex 9
Tél. 03.25.30.79.79 - Télécopie 03.25.30.79.80
Site internet : http://www.haute-marne.gouv.fr

En application de l'article R*121-1 du code de l'urbanisme, le préfet a transmis le 09 décembre 2019, le Porter à connaissance de l'État à la Communauté d'agglomération compétente en matière d'urbanisme. Ce document constitue l'ensemble des informations concernant les lois et règlements auxquels doit se conformer le RLPI. Il présente des éléments qui contribuent à établir le diagnostic et exposent les enjeux qui devront être pris en compte pour l'élaboration du RLPI.

Contexte territorial :

À l'échelle de l'intercommunalité, seule la commune de Saint Dizier dispose d'un règlement local de publicité approuvé en 2002. La communauté d'agglomération, en vue d'anticiper la caducité de ce document et pour maintenir une réglementation locale de la publicité extérieure sur cette commune et de l'élargir à l'ensemble de l'intercommunalité, a décidé d'une élaboration d'un RLPI.

Objectifs :

Par délibération en date du 14 décembre 2018, la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise a prescrit l'élaboration de son RLPI, a défini les modalités de concertations et les objectifs. Ce sont les suivants :

- *anticiper la caducité du RLP de la commune de saint Dizier*
- *maintenir un cadre de vie de qualité et renforcer l'attractivité résidentielle et les acteurs économiques locaux*
- *mettre en valeur les centres-villes, bourgs et villages*
- *s'adapter et anticiper les nouvelles technologies*
- *établir des règles locales d'affichages qui s'inscrivent dans le prolongement des orientations du Plan local d'urbanisme intercommunal en cours d'élaboration.*

Cela s'est traduit dans le rapport de présentation par la définition des orientations suivantes :

1. Maintenir un cadre de vie de qualité
   - *Supprimer les publicités hors agglomération*
   - *Assurer la visibilité des entreprises hors agglomération*
   - *Valoriser les espaces de nature situés dans l'agglomération et les vues sur le paysage (Marne et canaux, vallées, espaces boisés, grands parcs)*
   - *Assurer la lisibilité des entrées de ville de Saint-Dizier et préserver le caractère patrimonial des entrées de ville des centres-bourgs*
2. Assurer l'attractivité des acteurs économiques locaux
   - *Limiter la publicité dans les quartiers résidentiels et harmoniser les enseignes des polarités commerciales secondaires*
   - *Trouver un équilibre entre préservation des paysages et expression des activités*
   - *Veiller à une bonne visibilité de l'information évènementielle et culturelle*
3. Mettre en valeur les paysages des centres-villes, bourgs et villages
   - *Harmoniser le traitement des enseignes dans le centre-ville de Saint-Dizier et dans les centres-bourgs*
   - *Améliorer l'intégration des enseignes, maîtriser strictement les publicités sur le bâti patrimonial*
   - *Préserver les abords du patrimoine remarquable, monuments historiques, sites classés et inscrits*

4. S'adapter et anticiper les nouvelles technologies

- *Anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique*
- *Adapter les horaires d'extinction nocturne au territoire*

Rapport de présentation

Il conviendrait de rappeler en préambule que, pour ne pas dénaturer le sens de la réglementation sur la publicité extérieure et être en cohérence avec la jurisprudence, chaque rappel de la réglementation nationale doit être repris dans les mêmes termes que ceux figurant au Code de l'environnement.

- **Partie 1A Chapitre 1-I., Contexte législatif et réglementaire national (page 5).** Il convient de préciser au dernier paragraphe que les dispositifs existants, de toutes natures : publicité, pré-enseigne et enseigne, actuellement non conformes au Règlement national de publicité ne disposent plus d'aucun délai de mise en conformité. Le Règlement local de publicité n'a aucun effet sur cette obligation. La rédaction n'est pas suffisamment précise.
- **Partie 1A Chapitre 1-III., Pourquoi réaliser un RLP intercommunal (page 5).** Il convient de rappeler également que la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un Règlement national de publicité est attachée à la compétence en matière de plan local d'urbanisme tel que précisé par l'article L.581-14 du Code de l'environnement.
- **Partie 1A Chapitre 1-V., Les principaux dispositifs (page 6 à 10).** Il conviendrait de choisir des illustrations photographiques reposant sur des dispositifs conformes à la réglementation. À défaut d'une mention de réserve, cette conformité ou non conformité doit être mentionnée sur les photographies, même si le diagnostic de dispositifs publicitaires clarifie cet élément dans la suite du document. Les pré-enseignes et les pré-enseignes dérogatoires constituent deux familles de dispositifs distincts ; les illustrations doivent être distinctes également. Remarque similaire pour les publicités et le mobilier urbain.
- **Partie 1A Chapitre 2-II., Paysage et patrimoine (page 16).** Le patrimoine local est évoqué sans toutefois être quantifié à l'échelle du territoire. Les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment du point de vue culturel, historique, architectural, esthétique ou écologique, ne sont pas identifiées. Le petit patrimoine n'est pas inventorié. La démarche doit être élargie à tous les éléments qui contribuent à l'identité territoriale de l'EPCI.
- **Partie 1A Chapitre 2-III., Economie (page 17).** L'analyse n'est menée qu'à l'échelle de l'agglomération de Saint-Dizier. Il convient de l'élargir à l'ensemble du territoire pour intégrer globalement la dimension intercommunale.
- **Partie 1A Chapitre 3-III.1., Les périmètres environnementaux et urbains spécifiques (page 27).** L'interdiction prévue par l'article R.581-31 du Code de l'environnement liée à la co-visibilité depuis un secteur non aggloméré des affiches supportées par des dispositifs scellés au sol ne concerne que les agglomérations de plus de 10 000 habitants : agglomération de SAINT-DIZIER uniquement ; la rédaction doit mentionner cette spécificité territoriale.
- **Partie 1A Chapitre 3-III.1., Les périmètres environnementaux et urbains spécifiques (page 27).** Ce paragraphe évoque les voies protégées de la publicité. Pour mémoire, la publicité est interdite hors-agglomération quel que soit le bord de voies.
  En agglomération, seules les autoroutes, voies express et déviations sont protégées de la publicité et non les Routes à Grandes Circulation (RGC) ; (articles R.581-31, 53, 56 et 77 du code de l'environnement).
  Les routes nationales 4 et 67 sont effectivement des voies express donc protégées même en agglomération (à noter qu'elles sont aussi des RGC).

L'article R581-26 du code de l'environnement permet, le long des Routes à Grandes Circulation, aux publicités murales d'être de 8m2 en agglo de -10 000 habitants contrairement à 4m2 au bord d'une voie "normale" en agglomération de -10 000 habitants. Il n'y a aucun régime de protection particulier pour les bords de RGC c'est même le contraire car elles ont une autorisation en plus (toujours en agglomération).
Par ailleurs, il est indiqué que les routes départementales 384, 400, 28 et 635 sont classées voies à grande circulation.
Il est à noter que les routes départementales 400 et 635 ne figurent pas sur la liste des Routes à Grandes Circulation de l'annexe du décret n° 2010-578 du 31 mai 2000 modifiant le décret n° 2009-615 du 3 juin 2009 fixant la liste des routes à grande circulation. Le décret de 2010 et une cartographie sont annexées au présent courrier. Pour mémoire la route départementale 384 est seulement en partie classée RGC.

- **Partie 1A Chapitre 4-II., Les enseignes. Principales infractions (page 44).** Problème de numérotation : il n'y a pas d'article 2.
- **Partie 1A Chapitre 4-II., Les enseignes. Principales infractions (page 49).** Ne pas occulter la fin de l'article R.581-64 du Code de l'environnement dans la définition de la densité des enseignes au sol : un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. L'immeuble désigne le bâtiment mais aussi le terrain sur lequel peut être implanté un bâtiment.
- **Partie 1A Chapitre 4-II.3, Les enseignes. La non-conformité des enseignes lumineuses (page 51).** Le diagnostic a été conduit en période diurne. La réforme de la publicité extérieure poursuit également un objectif d'économies d'énergie, de réduction de la pollution visuelle et de la pollution lumineuse. Bien que cette thématique fasse l'objet de l'orientation n°4, le rapport ne permet pas concrètement d'en estimer les non-conformités potentielles. Cette donnée ne doit pas être écartée au regard de ses impacts sur la bio-diversité et il convient de compléter le rapport par les éléments correspondants.
- **Partie 1A Chapitre 4-II., Les enseignes. Cas particulier des enseignes temporaires (page 52).** L'article R.581-68 du Code de l'environnement limite l'utilisation des enseignes temporaires à moins de trois mois pour signaler des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles. La rédaction ne doit pas obérer le caractère exceptionnel de leur utilisation au bénéfice des limites temporelles d'apposition : un évènement répétitif et pluriannuel ne présente pas de caractère exceptionnel.
- **Partie 1B Chapitre 2-II., Déclinaison de chaque orientation, orientation 1 (page 78).** L'article 36 de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement interdit toute publicité en dehors des lieux qualifiés d'agglomération. La suppression des publicités hors agglomération ne constitue pas une orientation mais une obligation de l'autorité compétente en matière de police tirée de l'article L.581-14-2 du Code de l'environnement.

- **Partie 1B Chapitre 2-II., Déclinaison de chaque orientation, orientation 1 (page 78).** La Signalisation d'Information locale (SIL) constitue une alternative permettant d'assurer la visibilité des entreprises hors agglomération mais également en agglomération au profit de l'attractivité économique du territoire. Comme toute signalisation, la mise en œuvre de la SIL répond à une logique de guidage de l'usager vers une activité recherchée. La mise en place d'une démarche de SIL nécessite préalablement l'élaboration d'un schéma directeur de signalisation. La SIL répond à des règles de conception et d'implantation figurant à la 5e partie de l'instruction interministérielle sur la signalisation routière du 22 octobre 1963 modifiée. La stricte application de ces règles ne permet pas de répondre de façon systématique à l'ensemble des besoins exprimés pour un territoire. S'agissant de la notion des pré-enseignes dites dérogatoires et notamment de « Produit du terroir », l'annexe de l'Instruction du Gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et des pré-enseignes, apporte dans son article 1.3 une définition assez précise : « ...produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit... ». Le diagnostic n'identifie pas les activités concernées au sein de la zone d'études. L'orientation doit tenir compte de ces éléments pour devenir atteignable.
- **Partie 1B Chapitre 2-II., Déclinaison de chaque orientation, orientation 2 (page 78).** En vue de respecter le principe de liberté d'expression prévu par la loi et de lutter contre l'affichage « sauvage », le contrôle de conformité des dispositifs destinés à l'affichage d'opinion ne constitue pas un objectif à mener a posteriori de la présente démarche mais qui doit faire l'objet d'une évaluation préalable au sein du diagnostic.
- **Partie 1C Chapitre I., Motifs de délimitation du zonage (page 84).** Le rapport identifie et motive le zonage sans toutefois apporter de répartition chiffrée (en superficie) des zones à l'échelle du territoire communal. Cette identification constitue un état initial du document de planification de l'affichage publicitaire que représente le RLPi. Elle s'inscrit comme un outil de justification et de mesure comparative de l'incidence des évolutions lors de futures révisions du document. La répartition du nombre de dispositifs publicitaires par zone projetée n'est pas présente dans le rapport. L'absence de cet indicateur ne permet pas de mesurer le nombre de dispositifs appelés à disparaître au terme de la mise en œuvre du RLPi.
- **Partie 1C Chapitre II-1.2., Règles communes (page 91).** La publicité est interdite sur les clôtures en application de l'article R.581-22 du Code de l'environnement ; cette mention est à supprimer du second paragraphe, car elle ne constitue pas une exception relevant du RLPi.
- **Partie 1C Chapitre II-1.2., Règles communes (page 91).** 3ème paragraphe. Cet article fait un rappel de la réglementation. La lecture de ce paragraphe interroge car on se demande si ce rappel est réalisé par rapport au Règlement National de Publicité (RNP) ou au projet de RLPI arrêté (RLPI). La rédaction de ce paragraphe mériterait dêtre plus claire afin d'éviter toute interprétation. Toutefois, si ce rappel est en lien avec le RNP, il y a une erreur : les scellés au sol sont effectivement interdits en agglomération dans les espaces boisés classés (EBC) et dans certaines zones N appelées "sites et paysages" situées en agglomération (parc urbains, coulées vertes, vieux arbres ...) (article R.581-30 du code de l'environnement). En revanche, le reste des zones N et les zones A des PLU ne sont pas réglementées par le RNP.
- **Partie 1C Chapitre II-1.4 / 1.5 / 1.6 – Publicité sur mobilier urbain (pages 92 – 93 – 94 - 95).** Pour le règlement national de publicité (RNP) ce sont les articles R.581-42 à 47 du code de l'environnement qui en font la gestion.La rédaction de cet article dans le projet de LRPI indique que "la publicité sur mobilier urbain est autorisée jusqu'à un format maximal de 2 m² (surface utile)." Il est à noter que le RNP limite déjà la publicité sur mobilier urbain à 2 m2 par dispositif. De plus, il est précisé le souhait de "ne pas surcharger ces secteurs souvent impactés par les publicités et les enseignes". Ce paragraphe pourrait être complété en précisant le nombre de dispositifs acceptés par mobilier urbain et/ou de surface cumulée.

- **Partie 1C Chapitre II-1.4., Dispositions applicables en ZP1 (page 92).** Les notions de surface utile et de surface totale sont abordées dans ce chapitre ; il convient d'en préciser préalablement la définition selon les termes de l'Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités. Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles mentionnés au deuxième alinéa de l'article L.581-9 du Code de l'environnement ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Ils ne peuvent être admis qu'en agglomération de SAINT-DIZIER uniquement ; la rédaction doit mentionner cette spécificité territoriale.
- **Partie 1C Chapitre II-6., Dispositions applicables en ZP1 (page 97).** Problème de numérotation : on passe de l'article 1 à l'article 6.

Règlement

- **Chapitre 1.I-1., Déclarations (page 6).** Les dispositions relatives aux déclarations préalables ne figurent pas aux articles L.581-4 et L.581-8 du Code de l'environnement mais à l'article L.581-6.
- **Chapitre 1.I-3., Affichage d'opinion (page 6).** Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ne sont pas joints en annexe du RLPi. L'absence de ces éléments ne permet de s'assurer de la conformité aux articles L.581-13 et R.581-2 et suivants du Code de l'environnement, tant en termes d'emplacement que de surface.
- **Chapitre 1.I-4., Délai de mise en conformité (page 6).** Compléter le type de mesures prévues à l'article R.581-30 du Code de l'urbanisme par « mesures de publicité et d'information ».
  La référence à l'article R.153-30 du code de l'urbanisme est erronée. Il s'agit de l'article R.153-20.
- **Chapitre 1.I-4., Délai de mise en conformité (pages 6 et 7).** Il convient d'introduire un 4e alinéa pour les publicités et préenseignes qui dispose que les publicités et préenseignes mises en place avant le 1er juillet 2012 et avant la date d'entrée en vigueur du RLPi, qui ne sont pas conformes aux dispositions du chapitre Ier du titre VIII du livre V du Code de l'environnement issues de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 et du décret n° 2012-112 du 30 janvier 2012, doivent être mises en conformité sans délai (articles L.581-43.I§ et R.581-88.III du Code de l'environnement). En effet, l'entrée en vigueur d'un RLPi ne peut constituer un caractère dérogatoire aux échéances prévues pour l'application de la loi : conformité de tous les dispositifs depuis le 1er juillet 2012 et mise en conformité des dispositifs apposés antérieurement à cette date avant le 13 juillet 2015 pour les publicités et préenseignes et le 1er juillet 2018 pour les enseignes. Remarque identique pour les enseignes.
- **Chapitre 1.I-5., Sanctions (page 7).** La majeure partie des infractions repose sur des infractions délictuelles prévues par l'article L.581-34 du Code de l'environnement qui doit être mentionné avec les articles R.581-85 et suivants du Code de l'environnement). Il est rappelé que toutes infractions au RLPi constitue une infraction délictuelle.
- **Chapitre 1.II., Les principales définitions (pages 7 à 10).** De la même façon que pour le rapport de présentation, il conviendrait de choisir des illustrations photographiques reposant sur des dispositifs conformes à la réglementation. Le maintien de ce choix présente un risque non négligeable de mauvaise appréciation/interprétation du domaine réglementaire par l'utilisateur. Le guide méthodologique d'accompagnement de la réforme établi par le Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie constitue à ce titre une ressource pédagogique pouvant être utilisée.

- **Chapitre 2., Délimitation des zones de publicité (pages 13 et 14).** S'agissant d'un volet réglementaire du RLPi, le document doit s'attacher à être plus précis en définissant, pour chacune des zones, l'intégralité des territoires concernés d'une façon similaire au rapport de présentation. Un inventaire plus détaillé est de nature à renforcer la clarté du règlement au regard de la dimension intercommunale, et constitue un vecteur de sa bonne application.

- **Chapitre 4.II.1. et 4.II.2, Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Publicité de chantier (pages 20 et 21).** La publicité, temporaire tout comme la permanente, est interdite sur les palissades (clôtures) qui ne sont pas aveugles en application de l'article R.581-22 du Code de l'environnement. Cette précision est à intégrer dans la rédaction. Par ailleurs, les dispositions applicables à la publicité sur les palissades de chantier installées sur le domaine public ou sur le domaine privé correspondent à celles relatives à la publicité murale. Cela implique que la surface de 12 m² est limitée à 4 m² dans les communes de moins de dix mille habitants (R.581-26 du Code de l'environnement). La rédaction ne peut pas être moins restrictive que la réglementation nationale et doit être complétée pour chacune des 2 familles démographiques d'agglomération rencontrées : plus et moins de 10 000 habitants. Il convient de mentionner par ailleurs que les bâches de chantiers ne sont pas autorisées dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être admises qu'en agglomération de SAINT-DIZIER uniquement ; la rédaction doit intégrer cette spécificité territoriale.

- **Chapitre 4.II.2., Dispositions applicables en ZP1, Dispositifs de dimensions exceptionnelles (page 21).** Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ne sont pas autorisées à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants. Elles ne peuvent être admises qu'en agglomération de SAINT-DIZIER uniquement ; la rédaction doit intégrer cette spécificité territoriale.

- **Chapitre 5.I.2., Composition générale (page 29).** La réaction doit être mise en cohérence entre l'exception d'utilisation de dispositifs clignotants, mouvants, défilants pour les pharmacies et les services d'urgence et la restriction d'extinction ne portant que sur les enseignes clignotantes. Compte-tenu de leur implantation en saillie de l'espace public, les dispositifs animés (mouvants ou défilants) sont de nature à constituer un risque probant de captation de l'attention des usagers de l'emprise publique plus important qu'un dispositif traditionnel. Il y a lieu en l'espèce d'assurer la protection du cadre de vie environnant et de limiter les nuisances visuelles pour l'homme et l'environnement (principes cités à l'article R.581-15 du Code de l'environnement). S'agissant des pharmacies, il est rappelé que l'article R.4235-53 du Code de la santé publique limite strictement la signalisation extérieure des officines à la croix grecque de couleur verte, au caducée pharmaceutique de couleur verte, et le cas échéant, le nom ou le sigle de l'association, du groupement ou du réseau dont le pharmacien est membre. L'autorisation de dispositifs animés apparaîtrait contraire à cette définition d'usage.

- **Chapitre 5.I.2., Composition générale (page 29).** En complément des généralités prescrites en matière de composition des enseignes fondées sur l'orientation 3 du RLPi, il est recommandé d'introduire la référence à l'article L.581-14 du Code de l'environnement qui donne la possibilité de définir des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou, à défaut d'occupant, tout propriétaire doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants.

- **Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Enseignes en façade au-delà du RDC (pages 30 et 34).** La règle est à illustrer par un schéma de la même façon que pour les enseignes en façade en RDC.

- **Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Activités occupant l'intégralité d'un bâtiment (pages 30 et 34).** La règle est à illustrer par un schéma de la même façon que pour les enseignes en façade en RDC. La rédaction s'inscrit en contradiction avec l'objectif de recherche d'une harmonie de dimension par rapport aux commerces figurant en page 97 du rapport de présentation. En effet, les enseignes dites étagées affectent significativement la protection du cadre de vie, de l'environnement architectural et urbain, en raison notamment de leurs dimensions et de leur emplacement, de telle sorte que les dispositifs soient vus à une grande distance à l'échelle de la rue. Le caractère lumineux des dispositifs constitue par ailleurs un phénomène aggravant en termes d'incidences visuelles.
- **Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Enseignes perpendiculaires (pages 31 et 35).** La saillie maximale autorisée est fixée à 0,80 m. L'article R.581-61 du Code de l'environnement prescrit une largeur maximale fixée au 1/10e de la largeur de l'emprise publique ; ce seuil doit être conservé pour prendre en compte la particularité des voies de faible emprise et ne pas assouplir la réglementation nationale.
- **Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Adhésifs sur vitrine (pages 32 et 35).** Seule la vitrophanie extérieure relève du domaine réglementaire du Code de l'environnement au regard de la jurisprudence du Conseil d'État (CE, 28/10/2009, Ministre de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire c/ Sté Zara, req. N°322758). Cette précision doit être apportée à une rédaction trop imprécise. La vitrophanie intérieure ne peut être traduite au sein du RLPi que par des recommandations.
- **Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Enseigne posée au sol sur domaine public (pages 32 et 36).** Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. En l'absence d'activité exercée sur le domaine public, il y a lieu de considérer que le dispositif doit recevoir la qualification de publicité ou de préenseigne ; ces dispositifs scellés ou posés au sol demeurant interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants. Une autorisation de voirie n'est pas de nature à constituer un caractère dérogatoire à la réglementation nationale. En l'espèce, une autorisation de voirie peut permettre l'occupation du domaine public pour une terrasse de restaurant par exemple.
- **Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Enseigne au sol sur parcelle privée (pages 32 et 36).** Compléter la mention « ...bordant l'activité... » par la rédaction réglementaire figurant à l'article R.581-64 du Code de l'environnement. La rédaction doit être complétée par « ...bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée... ».
- **Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Enseignes temporaires à caractère commercial (pages 33 et 37).** L'article R.581-64 du Code de l'environnement relatif à la limitation en nombre des enseignes scellées au sol s'applique à ces dispositifs. La rédaction ne précise pas le type d'enseignes temporaires autorisées et limitées en nombre à 3 : enseignes temporaires scellées ou posées au sol et/ou enseignes temporaires parallèles à la façade. La rédaction doit être complétée.
- **Chapitre 5.II.1. et 5.II.2., Dispositions applicables en ZP0 et ZP1, Enseignes lumineuses et numériques (pages 33 et 37).** La proximité de la base aérienne militaire de Saint-Dizier, doit conduire à éviter l'installation d'enseigne à faisceau de rayonnement laser prévue par l'article L.581-18 du Code de l'environnement. Le choix d'une rédaction par interdiction est à privilégier en remplacement d'une rédaction par évitement.

- **Chapitre 5.III1., Adaptations et exceptions (page 47).** L'article L.581-14-1 du Code de l'environnement indique que le RLPi définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. À l'inverse du Code de l'urbanisme, le Code de l'environnement ne prévoit pas de régime dérogatoire permettant un régime d'adaptation ou d'exception à la réglementation nationale ou locale. Cet article est de nature à autoriser au cas par cas un assouplissement de la réglementation nationale ou locale, et à conduire à l'inapplication du règlement et à l'absence de mise en œuvre d'une disposition de ce dernier. Le législateur n'ayant ni prévu ni encadré cette possibilité, l'article doit être supprimé du volet réglementaire.

Annexe : Plan de zonage (territoire des communes marnaises)

- Pour certaines communes, le zonage de la ZP0 est représenté sous la forme d'un rayon de 100 m pour lequel il n'est pas précisé quelle méthode de définition du centroïde est utilisée à partir du monument historique. Cette précision doit être indiquée. Un zonage dont les limites seraient définies à la parcelle serait de nature à ne pas porter à interprétation et à garantir une meilleure sécurité juridique du RLPi.
- À la lecture du zonage reporté sur certaines communes, les ZP1a et ZP1b correspondent respectivement à un fuseau établi à partir d'une distance de recul de 20 m et de 30 m de part et d'autre de l'axe central des voies concernées. Or, le rapport de présentation définit ce recul à 20 m en ZP1b. Le fuseau appliqué sur la commune de Landricourt ne semble pas conforme et doit être mis en compatibilité avec la justification des choix retenus. Un zonage dont les limites seraient définies à la parcelle serait de nature à ne pas porter à interprétation et à garantir une meilleure sécurité juridique du RLPi.
- Le zonage doit permettre de déterminer avec précision l'appartenance d'une parcelle au RLPi. Ce dernier est fixé par les seuls documents graphiques. Il convient d'apporter des précisions au plan de zonage de certaines communes, sur lequel le cadastre ne figure pas, pour en définir matériellement les limites exactes et ne pas faire naître d'erreur d'appréciation et d'imprécisions le rendant inapplicable (TA Nice – 24.6.2004 – SARL Maci Publicité c/ préfet du Var). Pour plus de clarté, il est nécessaire de faire apparaître les numéros de parcelles cadastrales sur chaque annexe graphique.
- Le zonage ne répond pas aux règles définies par l'article R.110-2 du Code de la route et à la jurisprudence relevant du Code de l'environnement faisant prévaloir la « réalité physique » du bâti sans anticiper sur des zones non urbanisées (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. N°68134).

Annexe : limites d'agglomération

- Les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération des communes du département de la Haute-Marne ne sont pas présents sauf les arrêtés municipaux de la commune de Saint-Dizier.
- Les arrêtés définissant les limites d'agglomération des 10 communes du département de la Marne se limitent au réseau routier départemental. Ces actes doivent être élargis à la totalité du réseau routier inscrit au sein des enveloppes urbaines. Ils doivent être complétés pour la voirie communale, et s'il y a lieu pour la voirie d'intérêt communautaire, conformément à l'article R.581-78 du Code de l'environnement. Sous réserve de la vérification de domanialité par chaque gestionnaire de voies, cette observation concerne notamment les communes de :

  - Ambrières : Rue de Laneuville ; Rue de Hauteville ; Route d'Eclaron ;

  - Cheminon: Rue de l'Echafaud ; Rue des Nonnes ; Rue Haute ; Rue de Vitry ; Rue de Richelet ; Chemin de la Mission ;

  - Hauteville : Rue Basse ; Rue du Haut des Vignes ; Rue Haute ; Rue de la Fontaine aux Loups ;

- Landricourt : Rue de Chantourelle. Rue du Château d'Eau ; Rue de la Paitrie ;

- Maurupt-le-Montois : Rue du Moulin ; Rue de Sermaize ; Rue du Bois du Roi

- Saint-Eulien : Rue de la Fontaine ; Chemin de la Bruande ;

- Saint-Vrain : Route de Perthes : Rue du Vieux Chemin de Favresse ; Chemin des Trois Fontaines ;

- Sapignicourt : Rue des Obits ; Rue des Hamelins ; Rue de Haute-Fontaine ; Chemin d'Ambrières ; Chemin du Perthois ; Rue de Perthes ;

- Trois-Fontaine-l'Abbaye1 : Rue des Acacias ; Rue de Guenat ; Rue de la Bossue ; Rue du Lavoir ;

- Trois-Fontaine-l'Abbaye2 : Allée des Tilleuls ; Rue de la Neuve Grange ; Route de Robert Espagne ;

- Vouillers : Rue de Perthes ; Rue Vieille Rue ; Chemin dit du Hauchot ;

Annexe non communiquée : affichage d'opinion

- Pour être une stratégie globale et durable de planification de l'affichage publicitaire du territoire, le RLPi doit comprendre dans ses annexes l'ensemble des arrêtés municipaux (associé à un document graphique) déterminant les emplacements figurant à l'article L.581-13 du Code de l'environnement et destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Autres remarques

1 - Remarque d'ordre général faites sur le règlement

* Il n'est pas fait mention sur l'obligation de présence d'un buteau (information sur la personne morale ou physique ayant apposé ou fait apposé le dispositif (article L.581-5 du code de l'environnement).

* Publicité : il n'est pas fait mention sur l'interdiction de placer un dispositif mural sur un mur non aveugle (article R.581-22 du code de l'environnement)

* Il n'est pas fait mention de distances d'implantation d'un dispositif publicitaire scellé au sol (distance par rapport aux baies d'un immeuble d'habitation voisin et distance par rapport au limite de parcelle – article R.581-33 du code de l'environnement).

* Les dispositifs temporaires sont évoqués en détail dans le règlement sauf pour les pré-enseignes temporaires. Le choix est-il fait d'appliquer le règlement national de publicité pour ces dispositifs ?

Pour mémoire, les pré-enseignes temporaires peuvent être scellées au sol hors agglomération et en agglomération de -10 000 habitants si leur dimension est <1 mètre de hauteur et <1,5 mètre de largeur et leur nombre est limité à 4 dispositifs par opération ou manifestation (article R.581-71 du code de l'environnement).

Pour le reste elles suivent le même règlement que pour les enseignes temporaires sauf pour la règle des 12 m2 des enseignes temporaires d'opérations immobilières.

2 - Remarque d'ordre général sur le projet de RLPI règlement de la part de la Direction territoriale Nord-Est de Voies Navigables de France (VNF)

L'établissement Voies Navigables de France (VNF) est ponctuellement sollicité pour des projets d'implantation de publicité sur son domaine. Ces derniers sont d'une part soumis obligatoirement à l'autorisation de VNF et font l'objet d'une convention d'occupation temporaire soumise à une redevance (y compris sur les emprises concédées ou occupées par des tiers tout en se conformant au RLPI le cas échéant).

Voies Navigables de France porte une attention particulière à la préservation du paysage dans le cadre de ces implantations.

De manière générale, la voie d'eau et les emprises terrestres de domaine public fluvial (DPF) constituent un levier de valorisation territoriale et touristique et sont le support de différents modes de transports (vélo, marche-à-pied, fret, plaisance). Bien que le DPF ne comporte actuellement aucune occupation de panneaux publicitaires et que VNF n'a pas connaissance de projets d'occupation sur le territoire intercommunal, il conviendrait d'y autoriser sous conditions ces implantations.

La direction territoriale Nord-Est attire l'attention de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise sur la section classée en ZP0 à Saint-Dizier interdisant toute publicité en dehors des pré-enseignes temporaires et des publicités de chantiers privant ainsi le territoire de visibilité depuis la voie d'eau.

Toutefois, les projets d'implantation de publicité en bordure de voie d'eau devront tenir compte de l'exercice par VNF de ses missions d'entretien et d'exploitation et ne pas entraver le développement des activités fluviales.

3 – Information sur les périmètres de protection des monuments historiques

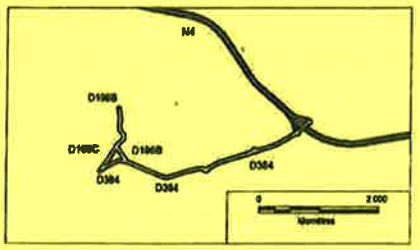
Dans le cadre de la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine et du décret n° 2017-456 du 29 mars 2017 relatif au patrimoine mondial, aux monuments historiques et aux sites patrimoniaux remarquables, l'Architecte des Bâtiments de France envisage de procéder à la modification du ou des périmètre(s) de protection d'un rayon de 500 mètres autour du ou des monuments(s) historiques(s) en périmètres délimités des abords. Cette modification permettra de substituer au rayon dit des "500 mètres", un périmètre adapté aux enjeux patrimoniaux propres au territoire et au(x) monument(s).
Les communes concernées sont les suivantes : Bayard-sur-Marne Prez-sur-Marne), Curel, Domblain, Dommartin-le-Franc, Eclaron-Braucourt-Sainte-Livière, Fontaines-sur-Marne, Humbécourt, La Porte du Der (Montier-en-Der et Robert-Magny), Moëslains, Osne-le-Val, Perthes, Planrupt, Rives Dervoises (Puellemontier, Droyes, Longeville-sur-la-Laines, Louze), Saint-Dizier, Sommevoire, Villiers-en-Lieu, Voillecomte, Wassy.

Ce travail de définition des nouveaux périmètres délimités des abords a été préalablement étudié avec les municipalités concernées.

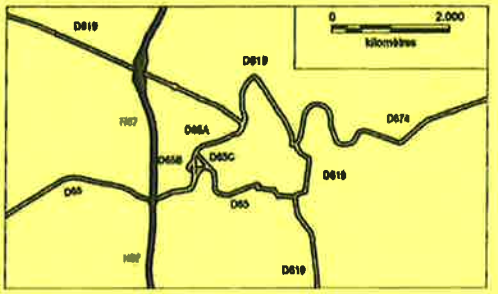
Ces nouveaux périmètres feront l'objet d'une enquête publique ultérieure. A l'issue de leur création, le RLPI devra les prendre en compte et non par anticipation.

Routes classées à grandes circulation
-
Département de la Haute-Marne

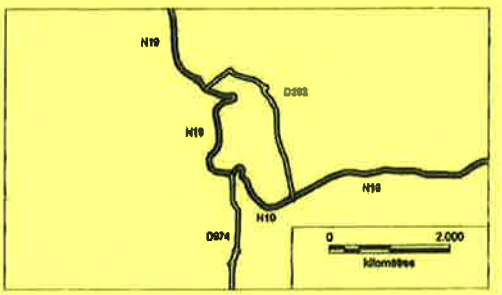
Accès BA 113



CHAUMONT



LANGRES



Routes classées à grande circulation

Route départementale

Route nationale

Réseau autoroutier

Autoroute

Source : IGN BD Carto © Juillet 2014, SSA / BST
U : sscl-bbsrt/Bruit/Ref_local/Reseau_routier/RGC_2014.wor

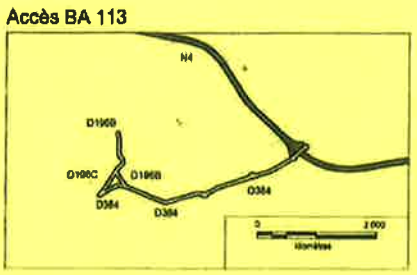
0 20.00
kilomètres

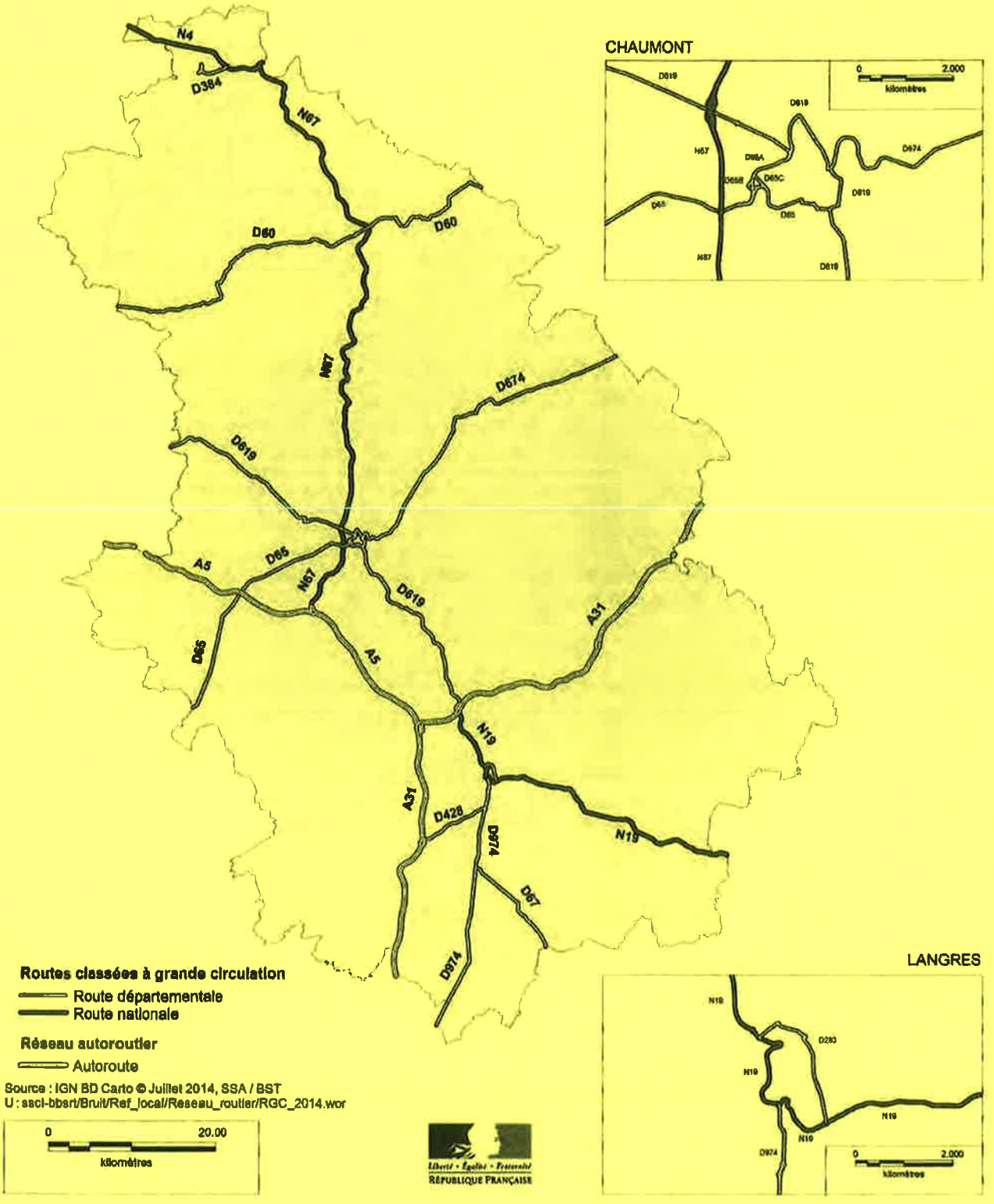
Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Routes classées à grandes circulation

-

Département de la Haute-Marne





Haute Marne le Département

Chaumont, le 6 - OCT. 2020

LE PRÉSIDENT

REÇU le 12 OCT. 2020 Rép: ----------

Monsieur le Président,

En tant que personne publique associée, vous m'avez transmis pour avis le document arrêté du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI), et je vous en remercie.

Après étude du dossier, j'ai l'honneur de vous informer que les services du Département n'ont pas d'observation particulière à formuler.

Toutefois, je vous précise que le règlement de publicité intercommunal doit être en adéquation avec l'article 14 du règlement de voirie départemental approuvé par délibération de l'assemblée départementale du 9 décembre 2011, à savoir :

« Article 14 : la publicité en bordure des routes départementales

Conformément :
- *au code de la route : Art R418-2 ; R418-3 ; R418-4 ; R418-5 ; R418-6 ; R418-8 ; R418-9 ;*
- *à la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010,* articles 36 modifiant l'article **L.581-7** du code de l'environnement et **42** modifiant l'article L.581-19 du code de l'environnement ;
- *au code de l'environnement : Art L.581-7 ;*
- *à l'arrêté du 17 janvier 1983* relatif aux conditions d'implantation, en dehors des agglomérations, des enseignes publicitaires et des préenseignes visibles des routes nationales, des routes départementales et des voies communales n'ayant pas le caractère de route express.

Hors agglomération, sur l'emprise des voies ouvertes à la circulation publique, il est strictement interdit d'implanter des supports d'enseignes, de préenseignes, des panneaux publicitaires dans la limite du domaine public routier départemental :
- à moins de 20 mètres du bord de chaussée, concernant les panneaux publicitaires et supports d'enseignes (article R.418-6 du code de la route);
- à moins de 5 mètres du bord de chaussée, concernant les préenseignes (article 1 de l'arrêté du 17 janvier 1983).

Dossier suivi par Le Pôle Aménagement - Direction des Infrastructures du territoire - Mme Françoise l'QIRIN - Poste 85 83

1, rue du Commandant Hugueny - CS 62127 - 52905 Chaumont CEDEX 9 - Tél. : 03 25 32 88 88 - Courriel : nicolas.lacroix@haute-marne.fr

Il est précisé que les règles en la matière sont édictées par les **articles L.581-18, L.581-19 et L.581-20** du code de l'environnement. »

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Le Président du conseil départemental,

Nicolas LACROIX
Conseiller départemental du canton de Bologne

Monsieur Quentin BRIERE
Président de la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise
Direction du Développement Urbain
Cité Administrative
12, rue de la Commune de Paris
52115 SAINT-DIZIER Cedex

PRÉFET
DE LA MARNE
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction départementale des territoires

Châlons-en-Champagne, le 26 OCT. 2020

COMMISSION DEPARTEMENTALE DE LA NATURE DES PAYSAGES ET DES SITES DE LA MARNE
Formation « Publicité »
***
PROCES-VERBAL DE LA REUNION
du 15 septembre 2020

La réunion s'est tenue sous la présidence de M. Denis GAUDIN, Secrétaire général de la Préfecture, représentant M. le Préfet du département de la Marne.

Étaient présents :

Mme Hélène GAUDIN, représentant la Direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement ;
Mme Constance CARPENTIER, représentant l'Unité départementale de l'Architecture et du Patrimoine;
M. Vincent ROGER, chef de la cellule procédures environnementales à la Direction départementale des territoires ;
M. Patrick LUYER, Direction départementale des territoires de la Marne ;
M. Philippe SALMON, conseiller départemental ;
M. Raphaël BLANCHARD, conseiller départemental ;
M. Pierre LABAT, administrateur de l'Office de tourisme du Pays d'Argonne ;
M. Jean-Claude GUICHON, Chambre d'agriculture de la Marne ;
Mme Corinne GODIER, société Avenir.

Étaient également présents (sans voix délibérative)

Mme Laetitia ROUYEZ – DDT 51– cellule procédures environnementales ;

Le quorum étant atteint, M. le Secrétaire général de la préfecture ouvre la séance de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) formation « publicité » du 15 septembre 2020 à 9h30.

Affaire n° 1 :

Communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise
Projet de Règlement Local de Publicité Intercommunale

Rapporteur : Communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise

M. Alain SIMON, Vice-président de la Communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise ;
Mme Pauline AMIABLE, responsable du Service Planification Stratégique – Communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise/ville de Saint-Dizier ;
Mme Sophie PELLIER, chargée de mission du Bureau d'études EVEN par audio-conférence .

40, boulevard Anatole France – CS 60554
51037 Châlons-en-Champagne Cedex
Tél : 03 26 70 80 00

Présentation :

M. SIMON souhaite dans un premier temps souligner les particularités de la Communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise, à savoir son caractère interdépartemental (avec 10 communes marnaises et 50 haut-marnaises) et le caractère hétérogène mais très rural des communes membres (avec une seule commune de plus de 10 000 habitants, 2 communes de 3000 habitants, etc).

La procédure de création et d'adoption du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Saint-Dizier, Der et Blaise a été lancée le 14 décembre 2018 (délibération de la communauté d'agglomération), en même temps que le lancement de la procédure de création du Plan Local d'Urbanisme intercommunal et modifiée par délibération du 16 décembre 2019.

Le Règlement Local de Publicité (RLP), en vigueur pour la commune de Saint-Dizier, sera caduc en juillet 2022. Les 59 autres communes de l'intercommunalité sont régies par le Règlement National de Publicité (RNP).

Mme AMIABLE souligne qu'au départ de ce projet, plusieurs communes et élus ne connaissaient pas cet outil ou étaient méfiants à son égard. Toutefois, suite à la mise en place de groupes de travail et de réunions, les élus se sont appropriés le RLPi, ce qui a permis de construire un document très homogène.

Mme AMIABLE rappelle le calendrier d'élaboration du RLPi : diagnostic (analyse des dispositifs actuels) de décembre 2018 à mars 2019 ; définition des enjeux et des orientations avec les élus de l'ensemble des communes d'avril à juin 2019 ; construction réglementaire de juin à décembre 2019 ; arrêt et approbation du document entre janvier 2020 et mars 2021 avec avis des personnes publiques associées de juillet à octobre 2020, et enquête publique fin 2020.

Mme PELLIER, du cabinet EVEN, présente le RLP actuel de Saint-Dizier et ses caractéristiques : interdiction de la publicité au centre-ville, sur les voies express, vers le canal et la Marne et publicité autorisée sur les autres zones (12 m²). Pour les enseignes, les dispositions du RLP suivent dans les grandes lignes les règles nationales.

Mme PELLIER rappelle les enjeux et objectifs du RLPi et de la délibération de prescription : anticiper la caducité du RLP de Saint-Dizier, maintenir un cadre de vie de qualité, renforcer l'attractivité résidentielle et des acteurs économiques locaux, mettre en valeur les centres-villes, bourgs et villages, s'adapter et anticiper les nouvelles technologies. L'objectif est de trouver un équilibre entre la préservation du paysage et le maintien de l'attractivité résidentielle et économique.

584 publicités et pré-enseignes ont été recensées sur le territoire de la communauté d'agglomération dont 53 % présentent une taille inférieure à 2 m². 93 publicités présentant une taille supérieure à 8 m². 57 % des dispositifs publicitaires sont scellés au sol sur terrain, 24 % en mural, ou encore 16 % sur du mobilier urbain.

313 dispositifs publicitaires sont non conformes au règlement national de publicité (soit 54 % des publicités, essentiellement des dispositifs au sol dans des communes de moins de 10 000 habitants et hors agglomération).

Mme PELLIER rappelle la carte d'enjeux de territoires sur l'intercommunalité (zones d'activités, entrées de ville, secteurs patrimoniaux, sites naturels, etc) ainsi que les orientations du projet de RLPi :
- orientation 1 – maintenir le cadre de vie de qualité (suppression des publicités hors agglomération, assurer la visibilité des entreprises hors agglomération, valoriser les espaces de nature et les vues sur paysage, etc) ;
- orientation 2 – assurer l'attractivité des acteurs économiques locaux (trouver un équilibre entre préservation des paysages et expression des activités, veiller à une bonne visibilité de l'information événementielle et culturelle, harmoniser les enseignes, etc) ;
- orientation 3 – mettre en valeur les paysages des centres-villes, bourgs et villages (harmoniser le traitement des enseignes en centre-ville et améliorer leur intégration, préserver les abords du patrimoine remarquable, monuments historiques, sites classés et inscrits) ;
- orientation 4 – s'adapter aux nouvelles technologies (anticiper la montée en puissance de l'affichage numérique et adapter les horaires d'extinction nocturne au territoire).

Mme PELLIER présente aux membres de la CDNPS le descriptif du zonage relatif aux publicités et enseignes au sein de la Communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise.

Concernant les publicités :
- la Zone ZP0 correspond à un secteur d'interdiction : toute forme de publicité est interdite en secteurs naturels, abords de voies ferrées, centre bourgs et abords des monuments historiques ;
- la zone ZP1 – secteurs protégés – centres-villes et zones résidentielles : la publicité est limitée (autorisation sur les mobiliers urbains, distinction zone ZP1a et ZP1b, petits formats autorisés sur ZP1b) ;
- la zone ZP2 – zones d'activités, décomposée en 3 sous-zones avec une distinction entre les zones d'activités des communes de plus de 10 000 habitants, moins restrictive et les zones d'activités de communes de moins de 1000 habitants et les zones nouvelles ;
- la zone ZP3 – Axes de Saint-Dizier (axes à forte circulation à proximité des zones d'activités de Saint-Dizier) l'affichage actuellement très présent sera plus limité (notamment en densité).

Concernant les enseignes, Mme PELLIER présente les caractéristiques des différents zonages en fonction du type d'enseignes (enseignes parallèles, perpendiculaires, sur store, en adhésif sur vitrine, au sol, sur clôture, en toiture et numériques).

Discussion :

Mme GAUDIN souligne que ce règlement va très loin dans la préservation du cadre de vie, notamment pour les très petites communes. C'est un projet assez exemplaire. Mme CARPENTIER rejoint l'avis de Mme GAUDIN.

Mme GODIER s'interroge sur l'intégration des voies ferrées en ZP 0 et non en ZP 3. Des zones protégées existent déjà. Les représentants de la collectivité attachent une importance toute particulière à cette image de l'entrée de ville.

M. LUYER précise que le RLPi est conforme aux dispositions du code de l'environnement. Il regrette que le RLPi présenté n'ait pas pu se nourrir du diagnostic du Plan Local d'Urbanisme intercommunal. Il n'intègre pas le petit patrimoine, ni les éléments de paysage qu'il conviendrait de protéger. Le résultat du zonage est cependant assez satisfaisant pour les dix communes marnaises. Concernant la commune de Sapignicourt, il est prévu la réintroduction du mobilier urbain dans l'espace public mais, sur les plans, la limite de l'espace public est dépassée. Les représentants de la collectivité soulignent le fait qu'il s'agit d'une imprécision due au tracé sur le plan.

M. LUYER s'interroge sur la réintroduction de publicité d'un format de 4 m² sur le territoire de la commune de Landricourt, alors qu'un risque de visibilité ou de covisibilité avec un bien patrimonial est présent (église).

Mme PELLIER indique que la publicité n'est pas interdite sur l'ensemble du territoire. Le projet de règlement n'est pas parfait mais il est le fruit d'un consensus entre les différentes communes membres de la communauté d'agglomération. Les communes ne disposaient pas des mêmes demandes. Certaines souhaitaient interdire toute publicité alors que d'autres avaient besoin de pré-enseignes pour les commerces présents sur leur territoire.

Mme CARPENTIER précise qu'il n'y a pas de monuments historiques sur le territoire de la commune de Landricourt.

M. LUYER demande comment s'est organisé le choix des élus pour le zonage.

Mme AMIABLE souligne le fait que la situation de départ était complexe. Certains élus n'avaient pas connaissance de l'existence d'un règlement local de publicité. D'autres élus étaient, au départ, opposés et souhaitaient même exercer un recours. Cependant, un compromis a été trouvé. Des ateliers entre les maires ont été mis en œuvre. Le projet qui résulte de cette concertation entre élus est de très bonne qualité. Il a été constaté que de nombreux maires se sont avérés être protecteurs en matière de réglementation sur la publicité.

40, boulevard Anatole France – CS 60554
51037 Châlons-en-Champagne Cedex
Tél : 03 26 70 80 00

M. LUYER indique que le diagnostic fait un état de 313 dispositifs publicitaires non conformes. Or, à compter de l'approbation du RLP, la collectivité devra faire respecter la réglementation nationale au niveau local. M. LUYER demande quelles stratégies la collectivité mettra en oeuvre pour appliquer la réforme et le RLPi.

Les représentants de la collectivité indiquent que, dans le cadre de l'élaboration du document, un recensement a été élaboré. Celui-ci va être complété par un recensement exhaustif et un courrier sera transmis à chaque propriétaire ou afficheur concerné.

M. le Secrétaire général insiste sur le dialogue et la concertation avec les entreprises et ce d'autant plus dans le cadre de la période actuelle avec les difficultés économiques qui s'annoncent.

Les représentants de la collectivité précisent qu'une signalétique d'information sur la présence des commerces et des entreprises existe.

M. LABAT souligne l'importance du travail réalisé par les élus. C'est une procédure qui a été très bien menée selon lui.

Opérations de vote :

Les membres de la CDNPS – formation « publicité » émettent un avis favorable à la majorité. Mme GODIER s'abstient.

L'ordre du jour étant épuisé et les membres de la CDNPS n'ayant plus de question, la séance est levée.

Le Président,

Denis GAUDIN

40, boulevard Anatole France – CS 60554
51037 Châlons-en-Champagne Cedex
Tél : 03 26 70 80 00

PRÉFET
DE LA HAUTE-MARNE
Liberté
Égalité
Fraternité

Service de la coordination des politiques publiques et de l'appui territorial

BUREAU DE L'ENVIRONNEMENT, DES ICPE ET DES ENQUETES PUBLIQUES

Affaire suivie par : Louis STEIB
Tél. : 03 25 30 22 05
louis.steib@haute-marne.gouv.fr

Chaumont, le 12/03/2021

Avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS)

réunie par voie dématérialisée

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) réuni les 22 et 23 septembre 2020, dans sa formation « Publicité » a délivré un avis favorable à l'unanimité sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) porté par la Communauté d'Agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise et présenté par la Direction départementale des territoires.

Membres présents :
Monsieur Cyr BANSIMBA, DDT
Madame Caroline MARLOT, UDAP
Madame Anne LEDUC, Conseillère départementale
Madame Carlotta SOUCHEYRE, UDAP
Madame MICKAELA HAMDAM, personne qualifiée
Monsieur François CENDRE, société Clear Channel

Participants ayant pu faire part de leurs observations :

Monsieur Alain SIMON, Vice-Président de la Communauté d'Agglomération en charge de l'aménagement du territoire
Madame Pauline AMIABLE, Responsable du Service Planification Stratégique
Madame Sophie PELLIER, bureau d'études EVEN Conseils

Pour la Préfète et par délégation,
Le chef du bureau de l'environnement
des ICPE et des Enquêtes Publiques

Louis STEIB

Préfecture
89, rue Victoire de la Marne
BP 42011
52011 CHAUMONT Cedex
Tél. 03.25.30.52.52 – Télécopie 03.25.32.01.26
Site internet : http://www.haute-marne.gouv.fr

PRÉFET
DE LA HAUTE-MARNE
Liberté
Égalité
Fraternité

Direction départementale des territoires

Le Préfet

à

Monsieur le Président
de la communauté d'agglomération de
Saint-Dizier, Der et Blaise
Cité administrative
12, rue de la Commune de Paris
52115 Saint-Dizier cedex

Chaumont, le 25 OCT. 2021

SERVICE SECURITE ET AMENAGEMENT
BUREAU AMENAGEMENT

Affaire suivie par : Catherine Dupras-Julio
Tél. : 03 25 30 79 98 – 06 07 53 40 48
catherine.julio@haute-marne.gouv.fr

Objet : Avis modificatif sur le projet de Règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

PJ : Avis de l'État sur le RLPi du 18 septembre 2020

Le conseil communautaire de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier, Der et Blaise a prescrit par délibérations du 14 décembre 2018 et 16 décembre 2019 l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPi). Ce document a été arrêté par délibération du conseil communautaire du 27 février 2020.

L'avis de l'État sur ce projet arrêté ainsi qu'une annexe détaillant les remarques formulées par les différents services consultés vous ont été transmis le 18 septembre 2020. Pour mémoire, l'avis de Monsieur le Préfet, dans sa première observation, « *rappelait que le rapport de présentation indiquait intégrer la future modification du ou des périmètres de protection dans un rayon de 500 mètres autour du ou des monuments(s) historiques en périmètres délimités des abords.*

En application de l'article R.621-93 du code du patrimoine, l'enquête publique permettant l'évolution de ces périmètres des abords ne peut être réalisée que sous deux formats : lors de l'élaboration, révision d'un document d'urbanisme ou lors d'une enquête spécifique dans les conditions fixées par le chapitre III du Titre II du Livre 1er du code de l'environnement. A ce jour, aucune de ces conditions n'étant remplies, les périmètres des abords indiqués dans le RLPI ne peuvent pas s'appliquer sur le territoire ».

Cette remarque faisait référence à la mention suivante figurant au rapport de présentation « *le territoire de la communauté d'agglomération de Saint-Dizier Der & Blaise est ponctuellement couvert par des périmètres de protection du patrimoine et de l'environnement engendrant des interdictions absolues et relatives de publicité. Les communes de Saint-Dizier et d'Eurville-Bienville, sont concernées par des Périmètres Délimités des Abords (PDA). Pour les autres communes accueillant un patrimoine protégé, les rayons de protection qui s'appliquent seront amenés à évoluer car des projets de PDA ont été élaborés avec l'Architecte des Bâtiments de France de Haute-Marne et validés par les élus communaux. Le RLPi intègre d'ores et déjà ces évolutions futures pour garantir une simplicité d'instruction réglementaire.* ».

Dans le cadre de l'enquête publique qui débute ce jour, je vous invite à ne pas tenir compte de cette remarque. En effet, selon les dispositions de l'article L.581-8 du code de l'environnement, il peut être dérogé à l'interdiction de publicité dans le périmètre de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14 du code de l'environnement.

Toutefois, afin d'éviter toute incompréhension, notamment du public, qui pourrait être amené à croire que le RLPi acte de nouveaux PDA, il serait préférable de reformuler cette phrase. Il s'agirait d'expliquer que le choix a été fait d'ajuster l'interdiction de publicité dans le périmètre de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques, en tenant compte notamment des travaux préalables à la future définition de nouveaux PDA par l'Architecte des Bâtiments de France.

Le présent avis modificatif est à joindre à l'enquête publique en complément de l'avis du 18 septembre 2020.

Pour le Préfet et par délégation,
Le Secrétaire Général de la Préfecture,

Maxence DEN HEIJER

DEPARTEMENT DE LA HAUTE MARNE

Dossier n° E20000085/51

Communauté d'Agglomération Saint-Dizier Der et Blaise

ENQUÊTE PUBLIQUE

Projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal

PROCES VERBAL DE SYNTHESE

SOMMAIRE

I - RAPPEL DE L'OBJET DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

II – ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE

III – SYNTHESE DES OBSERVATIONS

I – RAPPEL DE L'OBJET DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

1-1 Présentation de la communauté d'Agglomération

La Communauté d'Agglomération Saint-Dizier Der et Blaise est située au Nord du Département ; 60 communes la composent, dont 10 sur le département voisin de la Marne, lui conférant ainsi une particularité liée à son caractère inter-départemental, et essentiellement rural.

Environ 60 000 habitants y sont recensés, dont 25 000 à Saint-Dizier, ville centre, *aucune autre commune ne dépassant les 10.000 habitants.*

1-2 Historique et objet de l'enquête

La ville de Saint-Dizier est dotée d'un Règlement Local de Publicité dont la validité expire en juillet 2022.

Ainsi, en décembre 2018, la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier Der et Blaise a décidé de l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal à l'échelle de l'intégralité de son territoire, avec comme objectifs :

- anticiper la caducité du RPL de Saint-Dizier
- maintenir un cadre de vie de qualité
- renforcer l'attractivité résidentielle et des acteurs économiques locaux
- mettre en valeur les centres-villes, bourgs et villages
- s'adapter et anticiper les nouvelles technologies

II – ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

2-1 Organisation de l'enquête publique

Par courrier en date du 7 octobre 2020, la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier Der et Blaise (CASDDB), conformément à l'article R123-5 du Code de l'Environnement, saisit le Tribunal Administratif pour la désignation d'un commissaire enquêteur.

Par décision en date du 2 décembre 2020, le Tribunal Administratif décide la constitution d'une commission d'enquête composée de 3 commissaires enquêteurs en charge de l'enquête publique.

Par arrêté en date du 16 septembre 2021, Monsieur le Président de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier Der et Blaise prescrit l'ouverture de l'enquête publique sur les dispositions du Règlement Local de Publicité Intercommunal, pour une durée de 34 jours, du lundi 18 octobre 2021 au samedi 20 novembre 2021.
Y sont précisés les dates et lieux de permanence des commissaires enquêteurs, les différentes modalités de consultation du dossier, ainsi que la présence des registres d'enquête à disposition du public.
Et, y est également rappelé que les éventuelles observations peuvent être portées, outre les registres d'enquête, par courrier adressé à Monsieur le Président de la commission d'enquête à l'adresse de la CASDDB, ou sur l'adresse mail dédiée de la CASDDB. Un registre numérique est également accessible à l'adresse https ;//ssi.spl.xdemat.fr/Xenquetes.

2-2 Déroulement de l'enquête

En date du 1er février 2021, les 3 membres constituant la commission d'enquête se rendent à Saint-Dizier pour une rencontre avec les représentants du service planification de la CASDDB. Une présentation du dossier *(contexte, concertation préalable, règles nationales, orientations, projet de règlement)* est réalisée sous la forme d'un diaporama.

Les lieux de permanences, *bien que limités eu égard aux propositions de la Commission d'enquête*, sont arrêtés au nombre de quatre, à savoir : Saint Dizier, Wassy, Rachecourt et La Porte du Der.

L'enquête étant fixée du 22 mars au 24 avril, les permanences sont arrêtées avec dates et horaires sur la base de : deux permanences à Saint Dizier et Wassy, et une en chacune des autres communes, à savoir :

- Saint-Dizier les 22/03 et 17/04 de 9 heures à 12 heures
- Rachecourt sur Marne le 30/03 de 10 à 12 heures
- Wassy le 24/03 de 10 à 12 heures et le 12/04 de 15 à 17 heures
- La Porte du Der le 15/04 de 10 à 12 heures.

Un projet d'arrêté de fixation de l'enquête nous est soumis pour avis.

Un premier report est sollicité par la Communauté d'Agglomération, fixant l'enquête du 26 avril au 29 mai 2021, et les permanences recadrées en cette période.

Mettant en avant, entre autres, le contexte sanitaire lié à l'épidémie de Covid19, par message daté du 1er avril 2021, la Communauté d'Agglomération sollicite à nouveau le report de l'enquête publique. Après concertation, la commission d'enquête propose de nouvelles dates et horaires de permanence.

Le dossier s'avérant finalement incomplet (notamment des arrêtés de limite d'agglomération manquants), cette dernière proposition n'est pas suivie, et un report en juin est envisagé, puis à nouveau non suivi d'effet.

Après concertation, la Communauté d'Agglomération et la Commission d'enquête décide enfin d'arrêter les dates de l'enquête publique et permanences comme suit :

Enquête publique du lundi 18 octobre au samedi 20 novembre 2021, et permanences à :

- Saint-Dizier les 18/10 et 20/11 de 9 heures à 12 heures
- Rachecourt sur Marne le 09/11 de 10 à 12 heures
- Wassy le 08/11 de 15 à 17 heures et le 17/11 de 10 à 12 heures
- La Porte du Der le 18/11 de 10 à 12 heures.

2-2-1 Mesures de publicité

Conformément à la législation ainsi qu'à l'arrêté prescrivant la présente enquête, les mesures de publicité ont bien été réalisées par affichage dans les Communes et dans la presse locale, à savoir :

- le Journal de la Haute-Marne en date des 30 septembre 2021 et 19 octobre 2021
- la Voix de la Haute-Marne en date des 1er octobre 2021 et 22 octobre 2021

Concernant les journaux marnais, (à priori : l' Union et la Marne Agricole), ou toute autre publication, la Communauté d' Agglomération devra fournir les attestations de publication, *les membres de la commission d' enquête n' étant pas matériellement en mesure d' en vérifier la bonne exécution.*

2-2-2 Permanence des commissaires enquêteurs

Les permanences se sont tenues aux lieux, dates et horaires mentionnés par l'arrêté et rappelés dans les supports de publicité, à savoir :

- Saint-Dizier les 18/10 et 20/11 de 9 heures à 12 heures
- Rachecourt sur Marne le 09/11 de 10 à 12 heures
- Wassy le 08/11 de 15 à 17 heures et le 17/11 de 10 à 12 heures
- La Porte du Der le 18/11 de 10 à 12 heures.

A noter que l'enquête prit fin le samedi 20 novembre à 12 h, et qu'à l'exception de celui de Saint Dizier, les registres d'enquête furent transmis par courrier en date du 23 Novembre à la commission.

III – SYNTHESE DES OBSERVATIONS

En premier lieu, il est à noter que, hormis Rachecourt sur Marne où 2 élus étaient présents, pour chaque permanence, aucune personne ne s'est manifestée.
Ainsi, les registres de Saint-Dizier, Wassy et la Porte du Der sont vierges de tout commentaire.
Seul, le registre disponible à Rachecourt sur Marne a été annoté par une réclamation de Mr le Maire de la commune, laquelle a également été transférée sur le registre dématérialisé.

D'autre part, aucun courrier postal n'est parvenu à l'adresse de la Communauté d'Agglomération mentionnée dans l'arrêté.

En revanche, le registre dématérialisé a fait l'objet de 9 observations, dont :

- 1 déposée conjointement avec le registre d'enquête (Monsieur le Maire de Rachecourt sur Marne)
- 2 déposées par des organismes ayant participé à l'élaboration du dossier d'enquête au titre des Personnes Publiques Associées et Autres Partenaires (PPAAP) : Société J-C Decaux et Paysages de France – Belles Forêts sur Marne.

De l'examen de celles-ci, il ressort plusieurs points de divergences avec le projet tel qu'il est présenté, dont *(mais non exclusivement)* :

- zonages : découpages exagérés et complexifiant le règlement, mauvaise répartition par rapport aux projets d'urbanisme
- horaires pour les publicités lumineuses en direct, en rétro, numériques, animées ou non….
- taille et dimension des différents dispositifs publicitaires
- règlement à revoir concernant l'emprise SNCF
- encombrement des dispositifs scellés au sol

Concernant les Avis des Personnes Publiques Associées et Autres Partenaires émis après finalisation du projet, et qui figurent dans le Dossier d'enquête, *dont, à titre d'exemple, des incohérences avec les Codes de l'environnement, de la route, une mauvaise classification de certaines routes,*…la commission d'enquête souhaite les voir faire l'objet d'un examen attentif par la Communauté d'Agglomération et de réponses précises, au même titre que les observations recueillies durant l'enquête.

Au nom de tous les Commissaires co-rédacteurs du présent P.V. :
P. pdt,

Saint-Dizier
Der & Blaise
Agglomération

Direction du Développement Urbain
Cité Administrative
52100 SAINT-DIZIER
Tél. : 03.25.07.79.61
ljeangeorges@mairie-saintdizier.fr

Messieurs les commissaires-enquêteurs
49 rue Emile Jolibois
52000 CHAUMONT

Saint-Dizier, le 17 janvier 2022

Réf : 2022-118 CL / CG / PA / LJ
Objet : Report du délai de remise du rapport et des conclusions de la Commission d'enquête relative au Règlement Local de Publicité intercommunal.

Messieurs,

Le mémoire en réponse à votre Procès-Verbal n'a pas pu vous être transmis dans le délai initial de 15 jours, soit avant le 14 décembre 2021. En effet le nombre important de remarques et d'avis exprimés lors de l'enquête publique a nécessité un temps de réflexion supplémentaire pour apporter les réponses les plus adaptées.

C'est pourquoi vous nous avez adressé le 11 décembre 2021, un courrier de demande de report pour la remise de votre rapport et de vos conclusions d'enquête publique jusqu'au 20 janvier 2022 (soit 1 mois de décalage). N'obtenant les éléments officiellement signés que le 14 janvier 2022, vous avez ensuite sollicité, par mail en date du 16 janvier 2022, un délai supplémentaire allant jusqu'au 28 janvier 2022.

Consciente des différents retards qui lui sont imputables (ainsi qu'à la crise sanitaire), la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise accepte ce délai supplémentaire de remise de votre rapport et de vos conclusions qui s'étend jusqu'au 28 janvier 2022, afin de régulariser la situation auprès du Tribunal Administratif.

Je vous remercie pour votre compréhension et vous prie de croire, Messieurs, en l'expression de ma considération distinguée.

Communauté d'agglomération Saint-Dizier Der & Blaise

Pour le Président et par délégation,
Christophe LANDRIN
Directeur Général des Services de la Communauté d'Agglomération Saint-Dizier, Der & Blaise