

# **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.....	<b>2</b>
Avis Mouvement National de la Lutte pour l'Environnement de la Marne.....	<b>3</b>
Avis Commission Départementale de Préservation des Espaces Naturels Agricoles et Forestiers de la Haute-Marne.....	<b>4</b>
Avis Commission Départementale de Préservation des Espaces Naturels Agricoles et Forestiers de la Marne.....	<b>5</b>
Avis Marne Nature Environnement.....	<b>6</b>
Avis Communauté de Communes Vendeuvre Soulaines.....	<b>7</b>
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.....	<b>8</b>
Avis de la commune d'Hampigny.....	<b>10</b>
Avis de la Chambre de Commerce et de l'Industrie Meuse – Haute-Marne.....	<b>11</b>
Avis de la Chambre de l'Agriculture de la Marne.....	<b>12</b>
Avis de la Ligue pour la Protection des Oiseaux Champagne-Ardenne et Grand Est.....	<b>13</b>
Avis du Conseil Départemental de la Meuse.....	<b>14</b>
Avis de Paysages de France.....	<b>15</b>
Avis du Syndicat DEPART – SCoT des Territoires de l'Aube.....	<b>25</b>
Avis de JC Decaux.....	<b>26</b>
Avis de la Direction Départementale des Territoires de la Haute-Marne.....	<b>38</b>
Avis du Conseil Départemental de la Haute-Marne.....	<b>53</b>
Avis Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites de la Marne.....	<b>55</b>
Avis Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites de la Haute-Marne.....	<b>59</b>



## 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 le 29 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.

  
  
C.A.N.E. 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. AMABLE



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](mailto:frantienne@gmail.com)



RECU 10  
- 1 JUIN 2020  
Rép: \_\_\_\_\_

Le 23 Juin 2020

COURRIER ARRIVE  
02 JUIN 2020  
Direction du Développement Urbain

Monsieur \_\_\_\_\_

Le 18 Juin, vous m'avez envoyé un courrier concernant l'arrêt du Règlement Local de Développement Municipal (RLDM) 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 reconnaissant de me payer de votre listage et vous adresse, Monsieur, de mes salutations respectueuses.

Pour le Comité de REIMS - MNLE  
Michèle CONSTANT

à M<sup>re</sup> Alain SIMON  
Vice-Président, en charge  
du PLU intercommunal  
et de l'habitat.  
S'AZIER-DER et BLAISE





PRÉFÈTE DE LA HAUTE-MARNE

Direction départementale des territoires

Service sécurité et aménagement

Bureau aménagement

Chaumont, le 9 JUIN 2020

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

DDJ  
COURRIER ARRIVE  
15 JUIN 2020  
Direction du Développement Urbain

**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.



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

à

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

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.



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*

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 : Frédéric Perard Tel : 0326 501766  
contact : [marne.nature.environnement@gmail.com](mailto:marne.nature.environnement@gmail.com)  
Association agréée pour la protection de la Nature





**Vendeuve  
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 Vendeuve Soulaines n'a pas relevé d'éléments rédhitoires sur la proposition formulée.

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

**COURRIER ARRIVE**  
**23 JUILL. 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





**PRÉFET  
DE LA RÉGION  
GRAND EST**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

**Direction régionale  
des affaires culturelles**

**COURRIER ARRIVE**  
**24 JUL. 2020**  
Direction du Développement Urbain

*DDU  
Bp. Courville DGB  
A. Sibon*



Affaire suivie par :

**Arnaud DESCHAMPS**

Pôle / Service : DRAC/UDAP52

Tél : 03.52.09.56.52

Courriel : [udap.haute-marne@culture.gouv.fr](mailto:udap.haute-marne@culture.gouv.fr)

Chaumont, le **21 JUL. 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.

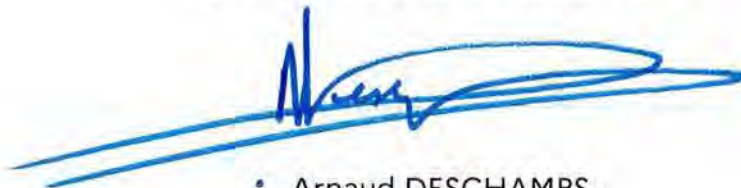
Je vous informe que dans le cadre de la loi n°2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine et du décret n°2017-456 du 29 mars 2017 relatif au patrimoine mondial, aux monuments historiques et aux sites patrimoniaux remarquables, j'envisage de procéder 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, Cures, 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



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	
11	11	11	DATE d'AFFICHAGE 3 juillet 2020	
				N°21/2020 Avis sur le RLPI

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).



Herve CHAMBON  
2020.07.17 18:12:50 +0200  
Ref:20200717\_180802\_1-1-O  
Signature numérique  
le Maire





Le Président ENSEMBLE ON VA PLUS LOIN



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

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

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 apparaît 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





A. D. D. U.  
C. D. G. S.  
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

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

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

Le RLPi est un document qui vise à régler 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.

**Dossier suivi par**  
Pôle Territoires environnement et  
société

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.

**Copies à :**  
- Direction Départementale  
des Territoires

Veillez 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](http://www.marne.chambre-agriculture.fr)

## 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

900

**COURRIER ARRIVE**  
**20 AOUT 2020**  
Direction du Développement Urbain



**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 événements 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 m<sup>2</sup>, des panneaux numériques au format maximum de 8 m<sup>2</sup>, 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 continue 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 m<sup>2</sup>. 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 m<sup>2</sup> pour les publicités scellées au sol, alors que le règlement indique 10,5 m<sup>2</sup>.

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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> ?

Une surface de 10,5 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup> n'empêcherait nullement la lecture du message avec un impact visuel bien moindre, rien ne peut justifier une taille de 10,5 m<sup>2</sup>, hormis l'intérêt économique pour les afficheurs.

Le format de 10,5 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>) 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>.

## **5. Publicité numérique : un très mauvais exemple**

Le projet autorise en ZP2a la publicité numérique sur des panneaux de 8 m<sup>2</sup>, 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 continue, 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 continue 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 m<sup>2</sup> !

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 m<sup>2</sup> pour chaque façade supérieure à 50 m<sup>2</sup>

Limiter à 4 m<sup>2</sup> pour chaque façade inférieure à 50 m<sup>2</sup>

### **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 m<sup>2</sup> en ZP2 b et ZP2 c ainsi que la limitation à 10,5 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>.

## **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 m<sup>2</sup>, enseignes de moins de 1 m<sup>2</sup> sans limitation de nombre, enseignes sur toiture jusqu'à 60 m<sup>2</sup> !, 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 :**

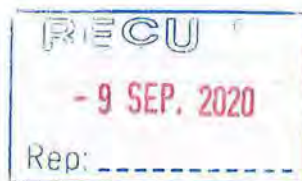
Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant la ZP2b.

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





90v

**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 résonance 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'émet 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 Noés  
10420  
Les NOES-PRES-TROYES  
tél. 03 25 74 85 86  
fax 03 25 74 35 87



DDU → plus if  
Copie à Siffon  
D GR

COURRIER ARRIVE  
22 SEP. 2020  
Direction du Développement Urbain

## Communication Extérieure

- Afrique du Sud
- Algérie
- Allemagne
- Angola
- Arabie Saoudite
- Australie
- Autriche
- Azerbaïdjan
- Barbaï
- Belgique
- Botswana
- Brazil
- Bulgarie
- Cameroon
- Canada
- Chili
- China
- Colombia
- Corée
- Costa Rica
- Côte d'Ivoire
- Croatie
- Danemark
- Emirats Arabes Unis
- Equateur
- Espagne
- Estonie
- Etats Unis
- Finlande
- France**
- Gabon
- Guatemala
- Honduras
- Hongrie
- Inde
- Irlande
- Israël
- Italie
- Japon
- Kazakhstan
- Lesotho
- Lettonie
- Lituanie
- Luxembourg
- Madagascar
- Malawi
- Maurice
- Mexique
- Mongolie
- Mozambique
- Myanmar
- Namibie
- Nicaragua
- Nigéria
- Norvège
- Nouvelle Zélande
- Oman
- Ouganda
- Ouzbékistan
- Panama
- Pays-Bas
- Pérou
- Pologne
- Portugal
- Qatar
- République Dominicaine
- République Tchèque
- Royaume-Uni
- Russie
- Saoudite
- Singapour
- Slovaquie
- Slovenie
- Soudan
- Suisse
- Swaziland
- Tanzanie
- Thaïlande
- Uruguay
- Zambie
- Zimbabwe

Monsieur le Président  
Communauté d'agglomération Saint-Dizier, Der et Blaise  
Cité administrative  
12, rue de la Commune de Paris  
52100 SAINT-DIZIER



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.

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.

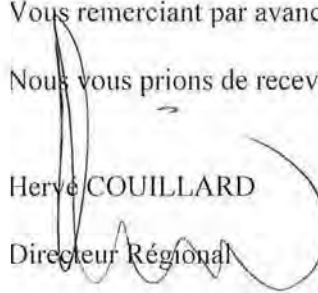
Souhaitant apporter notre contribution, nous vous formulons ci-après quelques propositions d'aménagements réglementaires visant à améliorer les équilibres du projet de texte. Ces derniers sont repris, pour plus de clarté, dans un document de synthèse ci-joint et dont les préconisations ont pour objectif 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

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hervé Couillard', is written over the typed name and title.

**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. ~~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 Réglementation 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
  - 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 1<sup>er</sup> 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 réglementaire 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 maîtrise 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 2m<sup>2</sup> 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 réglementation 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.* ».



**PRÉFET  
DE LA HAUTE-  
MARNE**

Liberté  
Égalité  
Fraternité



DDU → Planif  
Copie DGS  
A SITION

**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](mailto: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  
117 rue du commandant Hugoony  
CS 92087  
52903 CHAUMONT Cédex 3  
Tél. 03.25.20.79.79 - Télécopie 03.25.30.78.80  
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'émet 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 événementielle 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 8m<sup>2</sup> en agglo de -10 000 habitants contrairement à 4m<sup>2</sup> 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 2010 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'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 événement 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'utilisateur 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 5<sup>e</sup> 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 préenseignes 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 préenseignes, 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).** 3<sup>ème</sup> 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.
- **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 m<sup>2</sup> (surface utile)." Il est à noter que le RNP limite déjà la publicité sur mobilier urbain à 2 m<sup>2</sup> 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 autorisés 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 4<sup>e</sup> 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.581-43.1§ 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 1<sup>er</sup> 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 m<sup>2</sup> est limitée à 4 m<sup>2</sup> 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 autorisés 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 1/10<sup>e</sup> 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 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 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 Patrie ;
- 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 bureau (information sur la personne morale ou physique ayant apposé ou fait apposer 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 m<sup>2</sup> 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 ZPO à Saint-Dizier interdisant toute publicité en dehors des préenseignes 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

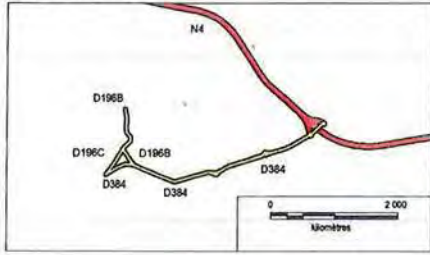
Dans le cadre de la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine et du décret n° 2017-456 du 29 mars 2017 relatif au patrimoine mondial, aux monuments historiques et aux sites patrimoniaux remarquables, l'Architecte des Bâtiments de France 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.

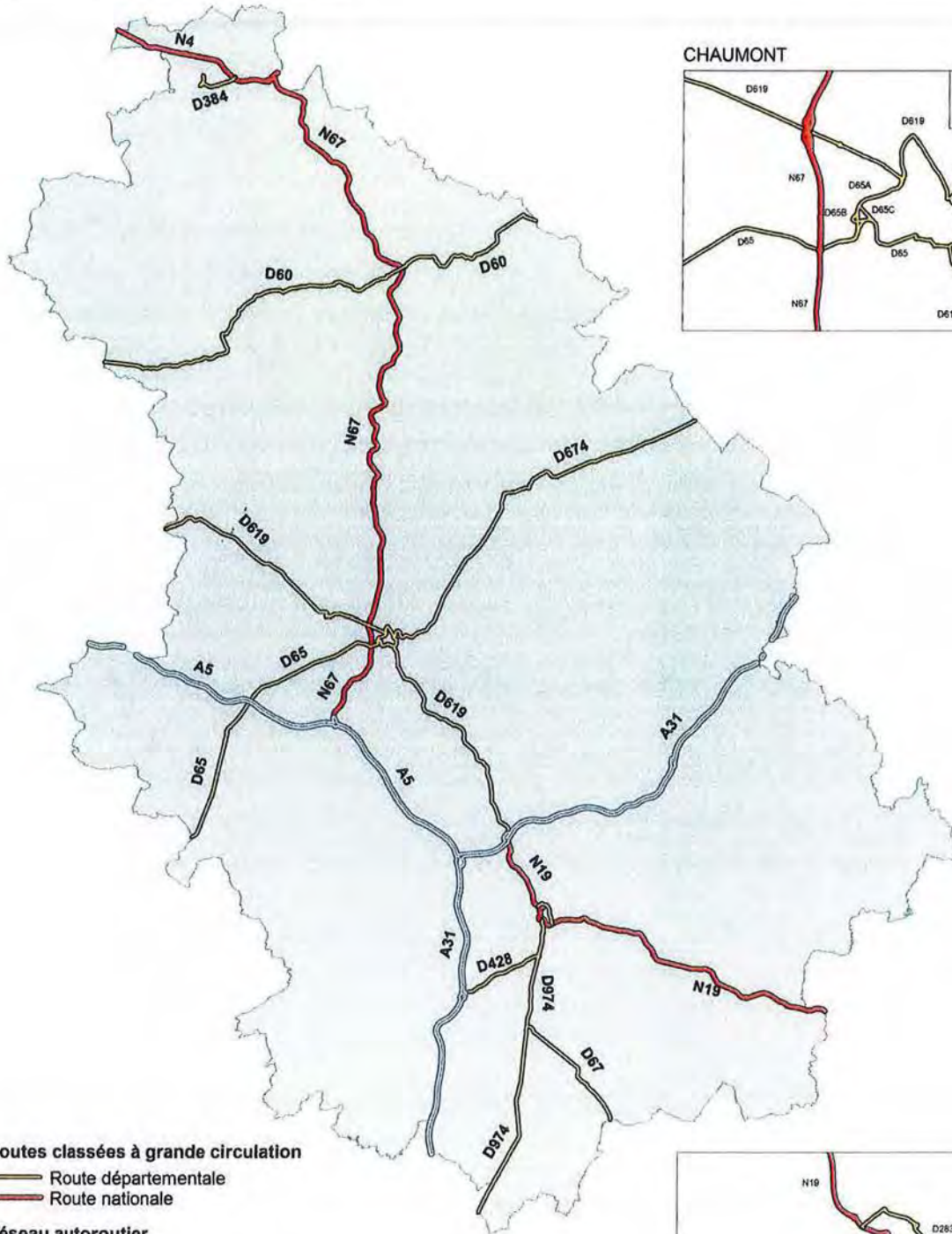
Ces nouveaux périmètres feront l'objet d'une enquête publique ultérieure. A l'issue de leur création, le RLPI devra les prendre en compte et non par anticipation.

Accès BA 113

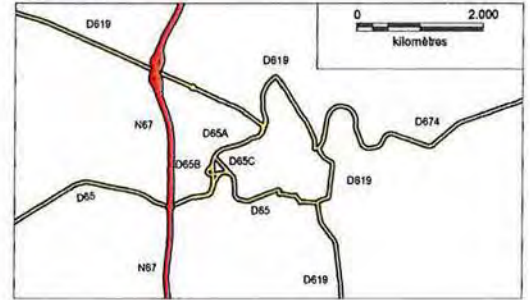


## Routes classées à grandes circulation

### Département de la Haute-Marne



CHAUMONT



**Routes classées à grande circulation**

- Route départementale
- Route nationale

**Réseau autoroutier**

- Autoroute

Source : IGN BD Cartho © Juillet 2014, SSA / BST  
 U : sscl-bbsrt/Bruit/Ref\_local/Reseau\_routier/RGC\_2014.wor

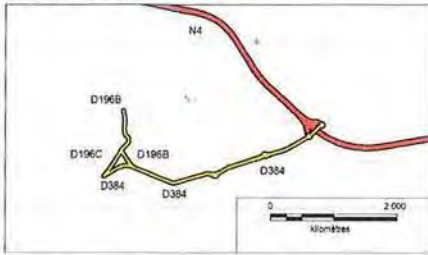


LANGRES



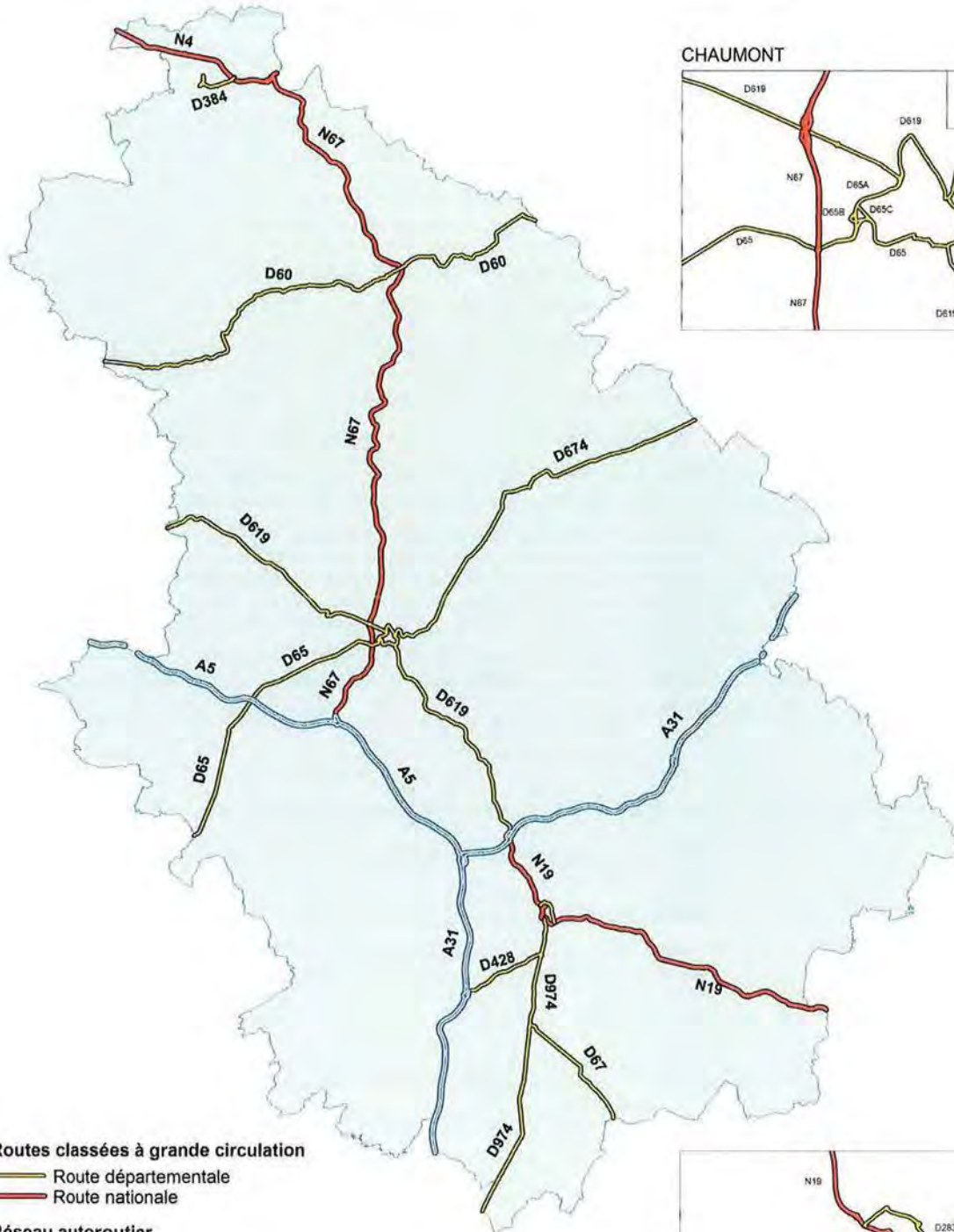


Accès BA 113

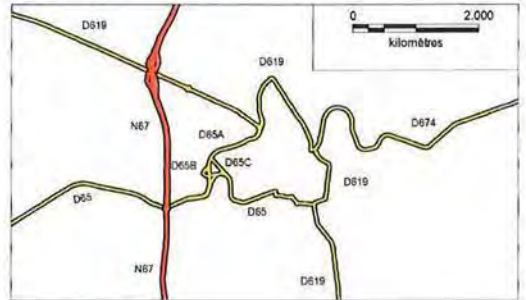


## Routes classées à grandes circulation

### Département de la Haute-Marne



CHAUMONT



#### 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



LANGRES





Chaumont, le

6 - OCT. 2020

LE PRÉSIDENT



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).

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*

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 Héléne 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 ;



## 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 m<sup>2</sup>). 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 m<sup>2</sup>. 93 publicités présentent une taille supérieure à 8 m<sup>2</sup>. 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 m<sup>2</sup> 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.

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





**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 ENQUÊTES PUBLIQUES**

Chaumont, le 12/03/2021

Affaire suivie par : Louis STEIB  
Tél. : 03 25 30 22 05  
louis.steib@haute-marne.gouv.fr

**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