

Certifié conforme à l'acte transmis au contrôle de légalité



## EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS

du Conseil de Communauté de la Communauté Urbaine Grand Dijon

Séance du jeudi 30 juin 2016

Président : M. REBSAMEN

Secrétaire de séance : M. ROZOY

Convocation envoyée le 23 juin 2016

Publié le 1er juillet 2016

Nombre de membres du Conseil de Communauté : 79

Nombre de présents participant au vote : 53

Nombre de membres en exercice : 79

Nombre de procurations : 21

### *Membres présents :*

M. François REBSAMEN	M. Patrick MOREAU	Mme Dominique BEGIN-CLAUDET
M. Pierre PRIBETICH	Mme Christine MARTIN	Mme Florence LUCISANO
M. Thierry FALCONNET	Mme Hélène ROY	M. Jean DUBUET
M. Rémi DETANG	M. Joël MEKHANTAR	Mme Anne PERRIN-LOUVRIER
Mme Catherine HERVIEU	Mme Nuray AKPINAR-ISTIQUAM	M. Jacques CARRELET DE LOISY
M. José ALMEIDA	Mme Sladana ZIVKOVIC	M. Nicolas BOURNY
M. Jean-François DODET	M. Jean-Yves PIAN	Mme Corinne PIOMBINO
M. François DESEILLE	M. Jean-Claude DECOMBARD	M. Jean-Louis DUMONT
M. Frédéric FAVERJON	M. Laurent BOURGUIGNAT	M. Dominique SARTOR
M. Didier MARTIN	Mme Catherine VANDRIESSE	Mme Lydie CHAMPION
M. Dominique GRIMPRET	Mme Chantal OUTHIER	M. Damien THIEULEUX
M. Michel ROTGER	M. Emmanuel BICHOT	Mme Michèle LIEVREMONT
M. Jean-Patrick MASSON	Mme Frédérique DESAUBLIAUX	M. Philippe BELLEVILLE
Mme Badiaâ MASLOUHI	M. Jean ESMONIN	M. Gilbert MENUT
M. André GERVAIS	Mme Sandrine RICHARD	Mme Noëlle CABBILLARD
Mme Anne DILLENSEGER	M. Louis LEGRAND	M. Cyril GAUCHER
M. Charles ROZOY	M. Patrick ORSOLA	M. Adrien GUENE.
M. Jean-Claude GIRARD	M. François NOWOTNY	

### *Membres absents :*

M. Michel JULIEN	M. Patrick CHAPUIS pouvoir à Mme Anne PERRIN-LOUVRIER
M. Alain HOUPERT	Mme Nathalie KOENDERS pouvoir à M. Jean-Patrick MASSON
M. Édouard CAVIN	Mme Colette POPARD pouvoir à Mme Badiaâ MASLOUHI
Mme Claudine DAL MOLIN	M. Benoît BORDAT pouvoir à Mme Nuray AKPINAR-ISTIQUAM
M. Yves-Marie BRUGNOT	Mme Stéphanie MODDE pouvoir à M. Frédéric FAVERJON
	Mme Françoise TENENBAUM pouvoir à M. André GERVAIS
	M. Laurent GRANDGUILLAUME pouvoir à M. Charles ROZOY
	Mme Danielle JUBAN pouvoir à M. Didier MARTIN
	Mme Lê Chinh AVENA pouvoir à Mme Christine MARTIN
	M. Georges MAGLICA pouvoir à M. Jean-Claude DECOMBARD
	Mme Chantal TROUWBORST pouvoir à M. François DESEILLE
	Mme Océane CHARRET-GODARD pouvoir à M. Jean-Yves PIAN
	Mme Anne ERSCHENS pouvoir à M. Gilbert MENUT
	M. François HELIE pouvoir à M. Laurent BOURGUIGNAT
	M. Hervé BRUYERE pouvoir à M. Patrick MOREAU
	Mme Louise MARIN pouvoir à M. Michel ROTGER
	M. Gaston FOUCHERES pouvoir à Mme Dominique BEGIN-CLAUDET
	Mme Céline TONOT pouvoir à M. José ALMEIDA
	M. Jean-Philippe MOREL pouvoir à Mme Noëlle CABBILLARD
	M. Jean-Michel VERPILLOT pouvoir à Mme Corinne PIOMBINO
	M. Patrick BAUDEMMENT pouvoir à M. Dominique GRIMPRET.

---

**OBJET : DEPLACEMENT, MOBILITE ET ESPACE PUBLIC****Débat sur les orientations réglementaires du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)**

Ce rapport sert de support au débat qui doit se tenir en conseil communautaire sur les orientations du projet de RLPi (règlement local de publicité intercommunal) de la communauté urbaine de Dijon en application des articles L.581-14-1 du code de l'environnement et L.153-12 du code de l'urbanisme.

Un règlement local de publicité (RLP) édicte des prescriptions à l'égard des publicités, enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, plus restrictives que le règlement national, peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale, et dans une certaine mesure la sécurité routière constituent les objectifs principaux de cette réglementation, tout en garantissant la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

En application de la loi Engagement National pour l'Environnement (ENE) de 2010, la communauté urbaine de Dijon, créée le 1<sup>er</sup> janvier 2015, compétente en matière de plan local d'urbanisme (PLU), est également compétente pour élaborer un RLP intercommunal sur son territoire. Les RLP communaux existants continuent à s'appliquer jusqu'à l'approbation du RLPi.

La procédure d'élaboration du RLPi est identique à celle du PLU, qui prévoit la tenue d'un débat sur les orientations en conseil de communauté et dans les conseils municipaux des communes membres.

Concernant le RLPi, au vu du diagnostic réalisé sur le territoire et en fonction de ses spécificités, des orientations en matière d'implantation publicitaire et d'intégration dans l'environnement ont été définies comme support au projet de règlement.

Pour mémoire voici une synthèse des conclusions du diagnostic :

1) L'analyse du terrain, réalisée sur l'ensemble du territoire, montre des situations extrêmement variées. 9 communes font partie de la communauté urbaine mais n'appartiennent pas à l'unité urbaine au sens de l'INSEE, ce qui change le régime des publicités et des enseignes. Certaines communes sont dotées de RLP, d'autres non. L'étude des RLP communaux a démontré que de très bonnes mesures communales avaient été prescrites mais que l'ensemble restait très hétérogène à l'échelle de l'agglomération.

Suivant la fréquentation des axes qui les traversent ou la présence de centres commerciaux, certaines villes sont très impactées par la publicité, d'autre le sont très peu. Les panneaux publicitaires et les enseignes sont très hétéroclites, et globalement mal adaptés à leur environnement.

2) Les rencontres avec les communes qui ont eu lieu fin 2015 - début 2016 ont montré la volonté unanime de protéger le cadre de vie ; plusieurs maires considèrent que la qualité de vie est une caractéristique majeure de leur commune. La sensibilité à la cohérence territoriale est forte. Les villes considèrent que la publicité ne trouve pas sa place dans leurs centres historiques, beaucoup veulent étendre la protection à l'ensemble des secteurs résidentiels. Seule la signalétique des commerces de proximité est nécessaire dans ces lieux. Les communes dotées d'un règlement de publicité estiment que les acquis doivent être conservés. Un retour en arrière n'est pas envisageable. Tout au plus, les zonages devront-ils être adaptés aux évolutions de la ville.

Les communes de deuxième couronne se satisfont de la quasi inexistence de la publicité. Enfin, la publicité numérique fait l'objet d'une certaine défiance. Elle peut éventuellement être acceptée à condition d'être très encadrée.

Au vu de ces éléments, est proposé de décliner les 5 objectifs visés par la délibération du 25 juin 2015 en 14 orientations pour le futur RLPI (tableau de synthèse et plaquette détaillée joints en annexe) :

- *Adapter les publicités aux lieux environnants en les harmonisant selon les typologies de lieux*
- *Prendre en compte les vues remarquables*
- *Canaliser les publicités situées aux entrées de l'agglomération*
- *Limiter les enseignes dans les zones commerciales*
- *Interdire les publicités ou minimiser leur présence dans le périmètre des monuments historiques, dans le secteur sauvegardé de Dijon et les AVAP*

*Interdire les publicités ou minimiser leur présence :*

- *Dans les centres anciens des communes*
- *Dans ou sur les éléments de patrimoine identifiés au PLU*
- *Dans le patrimoine végétal identifié aux PLU*
- *Dans le vignoble et dans les perspectives qui le concernent*
- *Édicter des règles qualitatives et quantitatives pour les enseignes dans les zones sensibles*
- *Adopter des règles particulières pour les publicités et les enseignes sur le parcours du tramway*
- *Inscrire chaque secteur de l'agglomération dans des zones de publicité en tenant compte des projets urbains en cours ou réalisés récemment*
- *Donner une cohérence aux publicités et aux enseignes dans les zones économiques en cours de création ou d'évolution suivant leur nature*
- *Conserver et renforcer le caractère paisible des secteurs résidentiels*
- *Améliorer et harmoniser la qualité du matériel (publicités et enseignes) et leur insertion dans l'architecture ou les paysages*
- *Déterminer la plage d'extinction nocturne des publicités et enseignes*
- *Maîtriser les publicités et enseignes numériques*

Le tableau de synthèse et la plaquette annexés développent et explicitent les différentes orientations proposées.

**Le Conseil a débattu sur les orientations présentées ci-dessus.**