

ELABORATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi) DU GRAND DIJON

BILAN DE LA CONCERTATION au 15.3.2017

Les documents signalés par un astérisque seront joints en annexe du bilan arrêté*

A - LE CADRE INSTITUTIONNEL ET LE PILOTAGE DU DOSSIER

LA COMPETENCE INTERCOMMUNALE

La transformation de la communauté d'agglomération du Grand Dijon en communauté urbaine le 1er janvier 2015 lui a transféré la compétence en matière d'élaboration de documents de planification tels que le règlement local de publicité (RLP) et lui a donné la possibilité d'engager l'élaboration d'un document intercommunal (le « i » de RLPi).

La procédure d'élaboration du RLPi est définie par le code de l'environnement, qui renvoie, pour le déroulement de la procédure elle-même, dont la concertation, aux dispositions définies par le code de l'urbanisme pour l'élaboration des plans locaux d'urbanisme (PLU) et des PLU intercommunaux (PLUi).

Alors que le projet de RLPi est en cours d'élaboration, un processus de transformation de la CU du Grand Dijon en Métropole a été engagé et devrait aboutir en cours d'année 2017. Cette évolution institutionnelle va dans le sens d'une intégration renforcée et ne sera pas de nature à modifier la donne en matière d'élaboration du RLPi et de concertation.

LA DELIBERATION DE PRESCRIPTION

La délibération* du 25 juin 2015 prescrivant l'élaboration du RLPi a défini les modalités de la concertation, visée par l'article R.103-2 du code de l'urbanisme, selon les trois formes suivantes :

- la publication d'un article dans la revue communautaire, précisant les enjeux du RLPi ;
- une exposition incluant un dossier mis à la disposition du public, avec un registre sur lequel il pourra consigner ses observations ;
- la mise à disposition d'informations sur le site internet du Grand Dijon.

Cette délibération a fait l'objet :

- d'un affichage au siège du Grand Dijon et dans les mairies des 24 communes membres ; les certificats* d'affichage sont joints en annexe ;
- d'une publicité* dans un journal de diffusion locale, le Bien Public, édition du 20 juillet 2015.

MODALITES DE PILOTAGE DE L'ETUDE

Outre les dispositions propres à la concertation, développées ci-dessous, la procédure d'élaboration prévoit des modalités particulières pour l'association des communes membres de la Communauté Urbaine, pour l'association des personnes publiques qui doivent l'être et pour la consultation des associations et organismes agréés.

Pour l'élaboration du RLPi du Grand Dijon, ces modalités se sont traduites par :

- la réunion d'une « conférence des Maires » le 12 novembre 2015 ;
- la mise en place d'un comité technique de l'étude, réuni à 3 reprises ;
- la mise en place d'un comité de pilotage de l'étude, réuni à 3 reprises ;

- la mise en place d'un conseil territorial des Maires des communes concernées, réuni à 3 reprises ;
- la convocation d'une réunion avec les PPA, préalablement à l'arrêt du projet de RLPi.

B – MODALITES ET DEROULEMENT DE LA CONCERTATION

REGISTRES & DOSSIERS EN MAIRIE

A partir de l'été 2015, un registre d'observations à destination du public a été mis en place au siège du Grand Dijon et dans les mairies des 24 communes membres. Mention de ce registre a été faite dans un premier temps par voie d'annonce affichée dans chaque mairie, puis par voie d'annonce* dans la presse locale le jeudi 8 octobre 2015. La délibération du Grand Dijon prescrivant l'élaboration du RLPi et le diagnostic réalisé en 2014 ont été tenus à la disposition du public dans ces mêmes lieux, pendant la durée de la concertation.

SITE INTERNET DU GRAND DIJON

Le 5 octobre 2015, une page d'information* du public dédiée à l'élaboration du RLPi a été mise en place sur le site internet du Grand Dijon, signalée par un encart dès la page d'accueil. La mise en place de cette page dédiée a été signalée par la publication le 8 octobre 2015 d'une annonce* dans un journal de diffusion locale, le Bien Public.

Cette page dédiée contenait les informations suivantes, actualisées au fil du temps :

- une présentation des objectifs et des enjeux de l'élaboration du RLPi ;
- la délibération du 25 juin 2015 prescrivant l'élaboration du RLPi et indiquant les modalités de la concertation (1) ;
- le diagnostic réalisé sur l'état des dispositifs de publicité, d'enseigne et de pré-enseigne sur le territoire de la communauté urbaine (1) ;
- la délibération du 30 juin 2016 présentant les orientations du RLPi soumises à débat au sein des conseils municipaux des communes membres et du conseil communautaire (1) ;
- les panneaux de l'exposition publique (1).

(1) Ces documents étaient disponibles en téléchargement.

EXPOSITION PUBLIQUE

Une exposition publique a été mise en place au siège de la Communauté Urbaine du Grand Dijon du 4 juillet 2016 au 4 novembre 2016. Elle a été annoncée* par voie de presse le 28 juin 2016. Cette exposition s'est déroulée en 2 temps :

- du 4 juillet 2016 au 3 octobre 2016, 6 panneaux* ont été exposés, présentant les enjeux de l'élaboration, une synthèse du diagnostic réalisé et les orientations de RLPi proposées ;
- du 3 octobre au 4 novembre 2016, 3 panneaux* supplémentaires ont été ajoutés pour présenter les principales dispositions réglementaires.

RENCONTRE AVEC LES PROFESSIONNELS DE L'AFFICHAGE

Le président du Grand Dijon a souhaité auditionner les représentants des professionnels de l'affichage. Ceux-ci ont été conviés à participer à une réunion qui s'est tenue le 21 septembre 2016 dans les locaux de la Communauté urbaine du Grand Dijon, en présence de M. André GERVAIS, Vice Président du Grand Dijon en charge de la mobilité, des transports, de la voirie et du stationnement.

Au cours de cette réunion, le projet de RLPi a été présenté par le bureau d'étude en charge du dossier avant de donner lieu à un échange avec les participants, dont la teneur est rapportée dans le compte-

rendu*, qui a été diffusé aux professionnels invités avec un tableau de synthèse des principales règles proposées à ce stade.

REUNION PUBLIQUE

Une réunion publique a eu lieu au siège du Grand Dijon le 11 octobre 2016 de 18 à 21 heures. Celle-ci a été annoncée* par voie de presse à plusieurs reprises entre le 28 septembre et le 11 octobre 2016, aux rubriques des annonces légales et locales. Une dizaine de personnes extérieures était présentes. La réunion a été introduite par M. André GERVAIS, Vice-Président du Grand Dijon, chargé de la mobilité, des transports, de la voirie et du stationnement. Une présentation du projet de RLPi a été faite par le bureau d'étude, à l'appui d'une projection vidéo. A l'issue de la présentation, plusieurs personnes se sont exprimées sur les sujets rapportés ci-après.

PUBLICATION D'UN ARTICLE D'INFORMATION DANS LA REVUE DU GRAND DIJON

Un article d'information* présentant les enjeux de l'élaboration du RLPi a été publié le 27 février 2017 dans la revue du Grand Dijon.

PUBLICATION D'ARTICLES DANS LA PRESSE LOCALE

Outre les annonces mentionnées ci-dessus, publiées à l'initiative du Grand Dijon pour signaler les dates et les modalités de la concertation, le journal local Le Bien Public a pris l'initiative de publier un article* consacré au RLPi dans son édition du 28 juin 2016.

3 – TENEUR DES OBSERVATIONS FORMULEES PAR LE PUBLIC

REGISTRES EN MAIRIE

Le registre mis en place à la mairie de la Ville de Dijon a reçu 4 avis : 2 avis manuscrits et 2 avis sous forme d'articles collés sur les pages du registre.

Le premier avis* daté du 14 avril 2016 émane des auteurs du site dijon-ecolo.fr et prend la forme d'une note de plusieurs pages qui fait état de réflexions générales sur l'affichage publicitaire et, selon ses auteurs et leurs sources, sur ses impacts négatifs.

Les thèmes abordés concernent :

- les différents types d'affichage (1) ;
- le règlement local de publicité (1) ;
- certains aspects financiers de l'affichage publicitaire (1) ;
- l'exploitation des panneaux par les sociétés d'affichage (1) ;
- l'impact sur la sécurité routière (2) ;
- l'impact sur le tourisme (2) ;
- l'impact sur la concurrence entre commerces (4) ;
- l'impact sur la santé et sur la consommation du contenu des messages publicitaires (4) ;
- le matériel des dispositifs ;
- la pollution lumineuse (3) ;
- l'impact sur les paysages (2 et 3) ;
- l'impact sur la consommation d'énergie (3) ;
- l'impact sur l'espace public (2).

Les thèmes de type (1) sont de nature informative et n'appellent pas de réponse particulière. Les dispositions restrictives du RLPi du Grand Dijon en matière d'implantation, de densité et de format de l'affichage publicitaire, graduées selon la sensibilité paysagère et patrimoniale des sites, apporteront, par rapport à la situation initiale, une réduction importante du nombre et de la surface des panneaux et par conséquent de leurs impacts potentiellement négatifs sur le paysage, l'espace public, le tourisme et la sécurité routière (thèmes de type 2). L'extension de la plage d'extinction nocturne de la publicité lumineuse – comme des enseignes – contribuera à une réduction substantielle des consommations d'énergie et de la pollution lumineuse (thèmes de type 3). A propos des thèmes de type (4), il faut rappeler que, selon les termes du code de l'environnement qui les définit, les RLP n'ont pas vocation à traiter du contenu des messages publicitaires, ni de la distorsion de concurrence entre commerces.

Un avis* manuscrit a été déposé par M. Roland ESSAYAN le 14 mars 2016 pour critiquer les panneaux publicitaires de grand format et le contenu de leurs messages.

Un avis* manuscrit assorti d'un collage de slogan "la pub nuit, même le jour" a été déposé par Mme Caroline SCHWARTZMANN le 29 avril 2016, pour contester la pollution visuelle subie du paysage urbain par les panneaux publicitaires.

Le quatrième avis* émane du mouvement Europe-Ecologie Les Verts de Côte d'Or et fait état de ses attentes sur les objectifs et les futures dispositions du RLPi. Les 7 points évoqués dans l'avis appellent les réponses suivantes.

1°) Sur l'absence de diagnostic sur le mobilier urbain.

Le diagnostic réalisé par le bureau d'étude ne s'est pas étendu à la publicité sur le mobilier urbain car ses caractéristiques sont déjà connues par la ville, laquelle maîtrise son implantation par la délivrance des autorisation d'occupation du domaine public.

2°) Sur la qualité paysagère, en particulier aux entrées de ville.

Les règles du projet de RLPi sont très restrictives dans les sites sensibles sur le plan du paysage et du patrimoine bâti et végétal. Les axes d'entrées de ville sont classés soit en zone 3, avec des limitations importantes de la publicité, soit en zone 2, encore plus restrictive.

3°) Sur la limitation de l'impact de la publicité.

Le projet de RLPi comprend des exigences particulières sur la limitation des densités et des formats des dispositifs (le 12 m² n'est possible que dans les zones d'activités à l'écart des entrées de ville et d'agglomération) et la limitation des bâches publicitaires dans les sites sensibles.

4°) Sur la réduction des nuisances lumineuses et de la consommation d'énergie.

La plage d'extinction des dispositifs de publicité et d'enseigne lumineuses est augmentée de 3 heures chaque jour. Les publicités numériques sont strictement encadrées en implantation et en format. Les autres dispositions réglementaires cumulées (densité, surface) aboutiront à une réduction importante du nombre de panneaux et des surfaces.

5°) Sur la rédéfinition des zones de publicité.

Les zones de publicité élargies n'existent plus depuis le nouveau règlement national de publicité (RNP, 2012). Le RLPi ne peut apporter que des restrictions au RNP, ce qu'il fait.

6°) Sur les supports d'expression citoyenne.

Le RLPi est neutre sur ce point par rapport aux prescriptions du code de l'environnement.

7°) Sur la préservation et la valorisation du paysage.

Ce sujet rejoint le point 2. Les sites des Climats du vignoble du Bourgogne inscrits au patrimoine mondial de l'Humanité (UNESCO) et leurs abords font en outre l'objet de protections spécifiques dans le cadre du RLPi.

Aucun avis n'a été recueilli dans les registres mis en place dans les mairies des 23 autres communes membres et au siège du Grand Dijon.

REGISTRE DE L'EXPOSITION PUBLIQUE

Le registre mis en place sur le lieu de l'exposition a donné lieu à une seule inscription* datée du 11.07.2016 et comportant les initiales SD, reproduite en annexe.

Cette observation porte une appréciation critique sur le diagnostic réalisé et les objectifs exposés.

REUNION PUBLIQUE

Les interventions du public qui s'est exprimé au cours de la réunion publique ont porté sur (les numéros entre parenthèses renvoient aux éléments de réponse apportés ci-dessous) :

- l'absence d'évocation dans le diagnostic de l'affichage publicitaire sur le mobilier urbain (1) ;
- le contenu des messages publicitaires et le champ d'application du RLPi (ce qu'il peut interdire et ce qu'il ne peut pas) (2) ;
- les modalités d'association des communes à l'élaboration du RLPi (3) ;
- l'impact de la publicité sur l'espace public et les axes du tram (4) ;
- l'impact de la publicité, des enseignes et du RLPi sur la consommation d'énergie (5) ;
- l'impact de la publicité numérique sur les paysages et la consommation d'énergie (5) ;
- l'étendue du RLPi aux 24 communes du Grand Dijon et la répartition spatiale de la publicité dans les quartiers (4,7) ;
- l'implantation des panneaux d'expression citoyenne (6) ;
- les abords des établissements scolaires (2) ;
- la durée d'application du RLPi (7) ;
- l'enquête publique (7).

À la suite des échanges engagés au cours de la réunion, voici les principaux éléments de réponse apportés sur les thèmes abordés.

1 - Le diagnostic réalisé par le bureau d'étude ne s'est pas étendu à la publicité sur le mobilier urbain car ses caractéristiques sont déjà connues par la ville, laquelle maîtrise son implantation par la délivrance des autorisations d'occupation du domaine public.

2 - Selon les termes du code de l'environnement que les définit, les RLP n'ont pas vocation à traiter du contenu des messages publicitaires.

3 - les 24 communes membres du Grand Dijon ont été étroitement associées à l'élaboration du RLPi à travers le dispositif décrit en partie 1, complétées par des réunions de travail en mairie « à la demande » à chaque étape de l'élaboration.

4 - Les dispositions restrictives du RLPi du Grand Dijon en matière d'implantation, de densité et de format de l'affichage publicitaire, modulées selon la sensibilité paysagère et patrimoniale des sites, apporteront, par rapport à la situation initiale, une réduction importante du nombre et de la surface des panneaux et par conséquent de leurs impacts négatifs sur le paysage, l'espace public, le tourisme et la sécurité routière.

5 - L'extension de la plage d'extinction nocturne de la publicité lumineuse – comme des enseignes – contribuera à une réduction substantielle des consommations d'énergie et de la pollution lumineuse, de même que la forte limitation des possibilités d'implantation et des surfaces des publicités et enseignes numériques.

6 – Le RLPi est neutre par rapport aux dispositions prévues par le code de l'environnement en matière d'affichage d'opinion et associatif.

7 – Après l'arrêt du projet de RLPi fin mars 2017 la procédure se poursuivra par la consultation des personnes publiques associées et de la CDNPS et par l'examen du dossier par les conseils municipaux, puis par l'enquête publique, en vue d'une approbation fin 2017. Il s'appliquera sur les 24 communes du Grand Dijon jusqu'à ce qu'une nouvelle procédure le modifie ou le révise.

COURRIERS DIVERS

Courriers reçus* de la part des sociétés d'affichage publicitaire et de leurs représentants :

- de l'union de la publicité extérieure (UPE), le 27 juillet 2015, sur les modalités de son association à l'élaboration du RLPi ;
- la société OXIAL, le 23 octobre 2015, pour être intégré aux consultations préalables ;
- le syndicat national de la publicité extérieure (SNPE), le 10 septembre 2016, sur les modalités de son association à la procédure ;
- l'union de la publicité extérieure (UPE), le 22 décembre 2016, sur le dossier transmis à la suite de la réunion de présentation du 21 septembre ;
- la société JC Decaux, le 26 décembre 2016, sur les dispositions du RLPi relatives au mobilier urbain.

Le second courrier de l'UPE inclut des remarques et propositions précises sur plusieurs points réglementaires, qui ont été prises en compte pour clarifier la rédaction de certaines règles :

- formats publicitaires : les règles formulées se conforment à la terminologie du code de l'environnement ;
- règle de densité des panneaux publicitaires : elle est fondée sur les linéaires de façade ;
- alignement des panneaux publicitaires parallèlement au bâti : disposition non reprise dans le règlement ;
- protection des ronds-points et carrefours : les ronds-points faisant l'objet d'une protection sont repérés au document graphique par leur zonage.

En revanche, les modifications de zonage proposées n'ont pas été retenues, car non compatibles avec les objectifs de protection des entrées d'urbanisation et du cadre de vie poursuivis.