



Certifié conforme à l'acte transmis au contrôle de légalité

## EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS

### du Conseil Métropolitain de Dijon Métropole

Séance du jeudi 28 juin 2018

Président : M. PRIBETICH

Secrétaire de séance : Mme KOENDERS

Convocation envoyée le 22 juin 2018

Publié le 2 juillet 2018

Nombre de membres du Conseil métropolitain : 79

Nombre de présents participant au vote : 46

Nombre de membres en exercice : 79

Nombre de procurations : 23

#### **Membres présents :**

M. Pierre PRIBETICH	M. Denis HAMEAU	Mme Florence LUCISANO
M. Thierry FALCONNET	M. Nicolas BOURNY	M. Jean DUBUET
Mme Nathalie KOENDERS	Mme Lê Chinh AVENA	Mme Anne PERRIN-LOUVRIER
M. Rémi DETANG	Mme Hélène ROY	Mme Céline TONOT
Mme Catherine HERVIEU	M. Georges MAGLICA	M. Jean-Philippe MOREL
M. José ALMEIDA	Mme Nuray AKPINAR-ISTIQUAM	M. Jean-Michel VERPILLOT
Mme Danielle JUBAN	M. Jean-Claude DECOMBARD	Mme Corinne PIOMBINO
M. Frédéric FAVERJON	M. Christophe BERTHIER	M. Jean-Louis DUMONT
Mme Sladana ZIVKOVIC	M. Mohamed BEKHTAOUI	M. Dominique SARTOR
M. Patrick MOREAU	M. Laurent BOURGUIGNAT	Mme Michèle LIEVREMONT
M. Jean-Claude GIRARD	M. François HELIE	Mme Noëlle CABBILLARD
Mme Anne DILLESEGER	Mme Chantal OUTHIER	M. Cyril GAUCHER
Mme Badiaâ MASLOUHI	M. Emmanuel BICHOT	Mme Michèle CHALLAUX
M. Jean-Patrick MASSON	Mme Frédérique DESAUBLIAUX	M. Alain DE MACEDO.
M. Jean-Yves PIAN	M. Louis LEGRAND	
Mme Christine MARTIN	Mme Dominique BEGIN-CLAUDET	

#### **Membres absents :**

M. François DESEILLE	M. François REBSAMEN pouvoir à M. Pierre PRIBETICH
M. Charles ROZOY	M. Patrick CHAPUIS pouvoir à M. José ALMEIDA
Mme Chantal TROUWBORST	M. Jean-François DODET pouvoir à Mme Michèle LIEVREMONT
M. Édouard CAVIN	Mme Colette POPARD pouvoir à Mme Nathalie KOENDERS
M. Hervé BRUYERE	M. Dominique GRIMPRET pouvoir à M. Jean-Michel VERPILLOT
M. Jean ESMONIN	M. Benoît BORDAT pouvoir à M. Denis HAMEAU
Mme Sandrine RICHARD	Mme Océane CHARRET-GODARD pouvoir à M. Jean-Yves PIAN
M. Guillaume RUET	Mme Françoise TENENBAUM pouvoir à Mme Christine MARTIN
M. François NOWOTNY	Mme Stéphanie MODDE pouvoir à M. Frédéric FAVERJON
M. Jacques CARRELET DE LOISY	M. Didier MARTIN pouvoir à M. Jean-Claude DECOMBARD
M. Patrick ORSOLA (suppléé par Mme CHALLAUX)	M. Joël MEKHANTAR pouvoir à M. Jean-Patrick MASSON
M. Patrick BAUDEMONT (suppléé par M. DE MACEDO)	M. Alain HOUPERT pouvoir à M. Jean-Louis DUMONT
	Mme Catherine VANDRIESESSE pouvoir à M. François HELIE
	Mme Virginie VOISIN-VAIRELLES pouvoir à M. Laurent BOURGUIGNAT
	Mme Claudine DAL MOLIN pouvoir à M. Thierry FALCONNET
	M. Yves-Marie BRUGNOT pouvoir à M. Georges MAGLICA
	Mme Louise MARIN pouvoir à M. Nicolas BOURNY
	M. Gaston FOUCHERES pouvoir à Mme Anne PERRIN-LOUVRIER
	Mme Lydie CHAMPION pouvoir à M. Rémi DETANG
	M. Damien THIEULEUX pouvoir à Mme Noëlle CABBILLARD
	M. Philippe BELLEVILLE pouvoir à Mme Dominique BEGIN-CLAUDET
	M. Gilbert MENUT pouvoir à M. Cyril GAUCHER
	M. Adrien GUENE pouvoir à M. Jean-Philippe MOREL.

---

**OBJET : DEPLACEMENT, MOBILITE ET ESPACE PUBLIC****Approbation du RLPI****Rappel de la procédure d'élaboration du RLPI**

La procédure d'élaboration du règlement local de publicité intercommunal a été engagée par délibération du conseil communautaire, en date du 25 juin 2015.

Les conseils municipaux des communes ont débattu sur les orientations générales du projet de RLPI entre mai et juillet 2016, le conseil communautaire a débattu le 30 juin 2016.

Dans le cadre de l'association des personnes publiques associées et de la concertation avec les professionnels, des réunions se sont tenues le 26 mai 2015.

Le bilan de la concertation a été acté par le conseil communautaire et le projet de règlement arrêté par le conseil de métropole le 30 mars 2017. Le bilan de la concertation figure dans le dossier d'enquête publique.

Conformément aux dispositions des articles L.153-16 et R.153-4 du code de l'urbanisme, les personnes publiques associées ont été sollicitées par courriers en date du 12.04.2017. Le projet a été transmis au préfet pour demande d'avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites de la Côte d'Or par courrier en date du 12.04.2017.

Le préfet a émis le 24.05.2017 un avis défavorable sur le projet de règlement arrêté.

L'avis exprimé par la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites de la Côte d'Or, réunie en formation « publicité » le 4 juillet 2017, est défavorable.

Le conseil départemental a émis un avis favorable le 3 juillet 2017.

Vingt-deux communes ont délibéré favorablement sur le projet de règlement arrêté, l'avis des deux autres communes membres de la Métropole est réputé favorable depuis le 12.07.2017.

L'ensemble des autres personnes publiques associées n'ayant exprimé aucun avis, leurs avis sont réputés favorables depuis le 12.07.2017.

L'enquête publique s'est déroulée du 3 octobre au 14 novembre 2017.

La commission d'enquête a émis un avis favorable le 18 décembre 2017, assorti de réserves et recommandations.

Celles-ci ont été présentées aux communes lors de la conférence intercommunale des maires du 22 mars 2018 et figurent dans le dossier issu de l'enquête, consultable par le public.

Modalités particulières de collaboration avec les communes et d'association des personnes publiques associées

A l'issue de la « conférence intercommunale des maires », qui s'est réunie le 12 novembre 2015, des modalités de collaboration avec les communes membres ont été définies. Elles se sont traduites par :

- la mise en place d'un comité technique de l'étude, réuni à 3 reprises ;
- la mise en place d'un conseil territorial des maires des communes concernées, réuni à 3 reprises ;

Parallèlement des modalités de concertation ont été définies. Elles sont les suivantes :

- mise en place d'un comité de pilotage de l'étude, associant les représentants de l'Etat, réuni à 3 reprises ;
- convocation d'une réunion avec les personnes publiques associées, préalablement à l'arrêt du projet de RLPi ;

A l'issue de l'enquête publique , une conférence intercommunale des maires s'est à nouveau réunie le 22 mars 2018.

Principales caractéristiques du projet

## 1 - Objectifs initiaux de la collectivité

En application de la loi portant engagement national pour l'environnement (ENE) du 12 juillet 2010, la Communauté Urbaine du Grand Dijon, créée le 1<sup>er</sup> janvier 2015, devenue Dijon Métropole le 25 avril 2017, compétente en matière de plan local d'urbanisme (PLU), est également compétente pour élaborer un RLP intercommunal sur son territoire.

Considérant que plusieurs préoccupations en lien avec le cadre de vie et l'environnement méritaient une approche transversale et globale dans le cadre de l'élaboration d'une réglementation de la publicité, la délibération du conseil communautaire du 25 juin 2015, prescrivant l'élaboration du RLPi a défini les objectifs suivants :

- la valorisation du paysage, des entrées de ville et d'agglomération, où se concentre l'affichage publicitaire ;
- la préservation du patrimoine ; en particulier, la maîtrise de l'affichage publicitaire constitue un axe essentiel du plan de gestion du dossier du vignoble des Climats de Bourgogne, visant son inscription au patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO ;
- la nécessité d'intégrer les transformations du paysage urbain résultant de la mise en œuvre du tramway et des nombreux projets de renouvellement urbain ou de requalification des espaces publics ;
- plus largement, la mise en cohérence de la réglementation avec les projets de développement urbain des communes, à vocation de développement économique, d'habitat ou d'équipement ;
- la traduction de la politique environnementale impulsée par Dijon Métropole visant à favoriser la qualité du cadre de vie et les économies d'énergie, y compris en matière d'enseignes lumineuses et d'affichage numérique.

Cette délibération a également défini les modalités de de la concertation. Celle-ci fait l'objet d'un bilan approuvé par délibération le 30 mars 2017.

## 2 - Diagnostic

Pour alimenter le rapport de présentation et définir les règles, un diagnostic a été réalisé dont les principales conclusions sont ainsi résumées :

- 1) L'analyse du terrain, réalisée sur l'ensemble du territoire, montrait des situations extrêmement variées. 9 communes font partie de la métropole 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 individuelles avaient été prescrites mais que l'ensemble restait très hétérogène.

Suivant la fréquentation des axes qui les traversent ou la présence de centres commerciaux, certaines villes sont très impactées par la publicité, d'autres 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.

### 3 - Orientations

Les études et rencontres ont permis de définir les 14 orientations pour le RLPI :

- 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.

### 4 - Le projet de RLPI

Les travaux relatifs à l'élaboration du RLPI menés conjointement avec les communes et en association avec les partenaires précédemment cités permettent de présenter aujourd'hui un projet constitué d'un rapport de présentation, d'un règlement écrit et d'un plan de zonage.

Le rapport de présentation se compose de quatre parties :

- le portrait de territoire ;
- le diagnostic ;
- les objectifs et les orientations du RLP ;
- l'explication des choix.

Le règlement écrit, au regard de la formulation des objectifs et des orientations est organisé en deux parties, la première définissant des règles générales et la seconde les règles particulières à chaque zone.

Globalement, le projet de RLPI proposé s'avère :

- plutôt strict sur la publicité, au motif principal de la préservation du patrimoine (qu'il soit architectural, urbain, végétal et paysager) et du cadre de vie résidentiel ;

- plutôt souple sur les enseignes, pour lesquelles il s'agit surtout de contrôler la bonne insertion aux façades et aux sites, en particulier pour les enseignes numériques et pour les enseignes sur pied, celles-ci ayant le plus d'impact sur le paysage urbain au point qu'elles sont souvent confondues avec la publicité.

Les règles générales définissent des exigences d'ordre qualitatif concernant la qualité des matériels et leur implantation. La plage d'extinction nocturne des publicités et enseignes est augmentée de 3 heures quotidiennes par rapport à la réglementation nationale, générant des économies d'énergie potentielles considérables.

La zone 1 dite « des patrimoines » (en vert sur le plan joint) couvre les sites de patrimoniaux remarquables existants (PSMV de Dijon, AVAP de Fontaine-les-Dijon) ou en cours d'élaboration (AVAP de Dijon, Chenôve et Marsannay), impactés par le classement des Climats, mais aussi le patrimoine végétal et bâti isolé (dont les abords des monuments historiques) ainsi que les berges du canal de Bourgogne et des cours d'eau.

La publicité n'y est autorisée que sur le mobilier urbain, donc maîtrisée par les collectivités.

Les enseignes sur façade y seront autorisées sous condition de respect du patrimoine et les enseignes sur pied limitées aux cas d'immeubles non visibles depuis la voie.

La zone 2 dite « des quartiers résidentiels » (en bleu) couvre les sites à dominante habitat, des plus anciens (ensembles collectifs et/ou pavillonnaires) aux plus récents (écoquartiers).

La publicité y est admise sur façade ou sur pied jusqu'au format de 2 m<sup>2</sup> (identique à celui du mobilier urbain) et les enseignes sur pied peuvent atteindre jusqu'à 6 m<sup>2</sup>. La publicité numérique y demeure toutefois interdite.

La zone 3 dite « des axes routiers » (en rouge) concerne les sections de voirie d'aspect routier où la présence de la publicité et d'enseignes sur pied est considérée comme moins préjudiciable aux sites.

Les publicités y sont toutefois limitées à 8 m<sup>2</sup> (2 m<sup>2</sup> si numérique) car il s'agit de lieux très fréquentés s'inscrivant dans des trajets d'entrée ou de traversée d'agglomération. Les enseignes sur pied peuvent y atteindre jusqu'à 9 m<sup>2</sup> et 6 m de haut et les enseignes numériques 2 m<sup>2</sup>.

La zone 4 dite « des parcs d'activités » (en orangé) couvre les grands secteurs à vocation commerciale, industrielle, artisanale ou de bureau, dont les zones économiques d'intérêt communautaire, où les habitants sont moins exposés, et parfois moins sensibles, à la présence de panneaux publicitaires (en dehors des axes routiers de la zone 3). Ces lieux peuvent admettre des formats plus importants pour la publicité (12 m<sup>2</sup> maximum), avec toutefois une densité contrôlée. Les enseignes sur pied y sont limitées à 9 m<sup>2</sup> et 6 m de haut et les enseignes numériques à 8 m<sup>2</sup>.

Le plan de zonage indique le périmètre de chaque zone.

## 5 - Adaptations apportées à l'issue de l'enquête publique

Prenant en considération la conclusion et l'avis motivé de la commission d'enquête, qui intègre lui-même les avis et les observations émises précédemment par les personnes publiques associées, le projet de RLPi a fait l'objet d'adaptations qui ne modifient pas son économie générale.

a) Plusieurs améliorations d'ordre rédactionnel ont été apportées dans le but de faciliter la lecture du règlement. Exemple article 2.5 pour le site patrimonial remarquable de Fontaine-lès-Dijon.

Des rappels de la réglementation nationale ont été ajoutés lorsqu'il est apparu que leur insertion permettrait de mieux apprécier la portée de la règle du RLPi.

Exemple dans le préambule et aux articles B.1 ; B.2 ; D.1 ; G.1 ; 1.3 ; 1.5 ; 2.11 ; 3.5 ; 3.5.1 ; 4.5 ; 4.5.1.

De la même façon, la liste des agglomérations appartenant à l'unité urbaine (au sens de l'INSEE) de Dijon et la liste des communes n'appartenant pas à l'unité urbaine a été ajoutée dans le préambule.

b) Le plan de zonage général fait apparaître les sites classés existants au sein des espaces agglomérés, où toute publicité est interdite (elle l'est déjà hors agglomération). Cette précision non obligatoire permettra d'identifier parfaitement ces lieux, sans avoir à recourir à d'autres documents. Le rappel de l'interdiction de la publicité dans les sites classés a été ajouté dans le préambule et dans la légende du plan.

c) Le lexique a été enrichi d'une explication et d'un schéma relatifs à la surface maximum des autocollants sur vitrines, qui doivent répondre aux prescriptions du RLPi tout en respectant les normes nationales. Toujours dans le lexique, l'article L.581-8 a été actualisé.

d) Deux erreurs matérielles de rédaction ont été corrigées à l'article 1.7 (indication contradictoire avec l'article 1.10 sur la surface des publicités lumineuses) et à l'article 3.6 (rétablissement d'une phrase sur la limitation du format des publicités numériques).

e) Une modification de l'article 1.9 à la demande de la commune de Marsannay-la-Côte, permettant une enseigne scellée au sol supérieure à 1 m<sup>2</sup> au carrefour route de Rocher/route de Beaune.

f) Le secteur de l'Ecoparc de la commune de Saint-Apollinaire qui avait été classé en agglomération a été reclassé hors agglomération, les travaux de construction n'étant pas suffisamment avancés à la date d'approbation du RLPi.

g) D'infimes adaptations ont été apportées au plan de zonage : une bande de terrain aux abords du parc de la Colombière, une section de la Grande-rue à Hauteville-lès-Dijon, secteur d'activités de Perrigny-lès-Dijon.

h) La hauteur des enseignes en toiture a été abaissée de 3 m à 2 m sur l'entrée sud de l'agglomération (Marsannay-la-Côte, Chenôve, Dijon)

i) la notion de « neutralité pour l'environnement » imposée aux produits d'entretien a été précisée en produit « de classe Ecolabel »

j) L'interdiction d'implantation d'un dispositif publicitaire à moins de 10 mètres d'une construction a été assouplie : elle ne s'applique qu'aux bâtiments d'habitation.

Le projet de RLPi, ainsi modifié pour prendre en considération le rapport, les conclusions et l'avis motivé de la commission d'enquête, ainsi que les avis et les observations des personnes publiques associées et des communes, est soumis pour approbation au conseil métropolitain.

**VU** le code de l'urbanisme et notamment les articles L.103-3, L153-11 et suivants

**VU** le code de l'environnement et notamment les articles L.581-1 et suivants

**VU** la délibération du conseil de communauté du 25 juin 2015 prescrivant l'élaboration du RLPi

**VU** les débats sur les orientations du RLPi qui se sont tenus dans les 23 communes et à la communauté urbaine de Dijon

**VU** l'avis de la commission départementale de la nature des paysages et des sites

**VU** les avis des personnes publiques associées ou ayant demandé à être consultées

**VU** les avis des 23 communes membres

**VU** le rapport et les conclusions de la commission d'enquête remis le 18 décembre 2017

**CONSIDERANT QUE** suite aux évolutions législatives et institutionnelles la compétence en matière de règlement local de publicité relève désormais de Dijon Métropole, en lieu et place des communes, et qu'en conséquence il convient d'élaborer un document intercommunal qui vient remplacer et harmoniser les règlements communaux existants, dont la caducité est programmée.

**CONSIDERANT QUE** les travaux de co-construction avec les communes et les différents partenaires, ainsi que la concertation avec le public, ont permis d'élaborer un règlement local de publicité intercommunal qui va concilier préservation du cadre de vie et liberté d'expression.

**CONSIDERANT QUE** le projet de RLPi va permettre d'encadrer l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie, d'harmoniser la réglementation locale sur le territoire tout en tenant compte des spécificités aux vues notamment des RLP communaux existants très hétérogènes, mais aussi d'adapter la réglementation nationale modifiée par le décret du 30 janvier 2012.

**LE CONSEIL,  
APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ,  
DÉCIDE :**

- **d'approuver** le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de Dijon Métropole, présenté dans le dossier joint à la présente délibération ;
- **d'autoriser** le Président à prendre toutes les actes nécessaires à l'exécution de la présente délibération.

Conformément aux dispositions de l'article R. 153-21 du code de l'urbanisme, cette délibération sera exécutoire dès la réalisation de l'ensemble des formalités suivantes :

- affichage au siège de Dijon Métropole ainsi que dans chaque mairie des communes membres ;
- mention dans un journal diffusé dans le département.

SCRUTIN : POUR : 69  
CONTRE : 0

ABSTENTION : 0  
NE SE PRONONCE PAS : 0

*DONT 23 PROCURATION(S)*