

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

25

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS

Conseil Municipal de la Ville de Dijon

Séance du 26 juin 2017



MAIRIE DE DIJON

Président : M. REBSAMEN

Secrétaire : M. ROZOY

Membres présents : Mme KOENDERS - M. MAGLICA - Mme POPARD - M. PRIBETICH - Mme DILLENSEGER - M. GERVAIS - Mme AKPINAR-ISTIQUAM - M. CHÂTEAU - Mme MARTIN - M. EL HASSOUNI - Mme AVENA - Mme ZIVKOVIC - M. MASSON - Mme JUBAN - M. MEKHANTAR - Mme REVEL - M. PIAN - Mme TROUWBORST - Mme PFANDER-MENY - Mme ROY - Mme MARTIN-GENDRE - Mme HERVIEU - Mme DURNERIN - M. BERTHIER - M. BEKHTAOUI - M. HAMEAU - Mme MASLOUHI - M. LOVICHY - M. FAVERJON - Mme TOMASELLI - M. BARD - Mme CHARRET-GODARD - M. BORDAT - Mme FERRIERE - M. DIOUF - Mme BLAYA - M. CONTESSE - Mme OUTHIER - M. HELIE - Mme MILLE - Mme VANDRIESSE - M. BICHOT - Mme VOISIN-VAIRELLES - M. BOURGUIGNAT - M. AYACHE - M. BONORON - Mme DESAUBLIAUX

Membres excusés : Mme MODDE (pouvoir M. CHÂTEAU) - M. DESEILLE (pouvoir MME TROUWBORST) - Mme TENENBAUM (pouvoir MME KOENDERS) - M. MARTIN (pouvoir MME JUBAN) - M. DECOMBARD (pouvoir M. ROZOY) - Mme HILY (pouvoir MME HERVIEU) - Mme CHEVALIER (pouvoir M. LOVICHY) - M. CHEVALIER (pouvoir M. BICHOT)

Membres absents : M. HOUPERT - M. CAVIN

OBJET DE LA DELIBERATION

Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) – Avis de la Ville de Dijon sur le projet de RLPi arrêté par le conseil communautaire

Monsieur Gervais, au nom de la commission de l'espace public, de la vie urbaine, de la tranquillité et de l'écologie urbaine, expose :

Mesdames, Messieurs,

En application de la loi portant engagement national pour l'environnement (ENE) du 12 juillet 2010, la Communauté Urbaine du Grand Dijon, créée le 1er 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.

Diagnostic

Un diagnostic a été réalisé, dont les conclusions principales sont :

1) L'analyse du terrain, réalisée sur l'ensemble du territoire, montre 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.

Orientations

Les études et rencontres ont permis de définir les 14 orientations suivantes pour le futur 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.

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 orientations et objectifs 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, les plus impactantes 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.

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 m² (identique à celui du mobilier urbain) et les enseignes sur pied peuvent atteindre jusqu'à 6 m². La publicité numérique y demeure toutefois interdite.

La zone 3 dite « des axes routiers » (en rouge) concerne les tronçons 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 m² (2 m² 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 m² et 6 m de haut et les enseignes numériques 2 m² .

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 m² maximum), avec toutefois une densité contrôlée. Les enseignes sur pied y sont limitées à 9 m² et 6 m de haut et les enseignes numériques à 8 m².

Au vu du dossier, je vous demanderai, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir émettre un avis favorable au projet de RLPi arrêté par le Conseil Communautaire le 30 mars 2017.

RAPPORT ADOPTÉ À L'UNANIMITÉ