

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

11

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS

Conseil Municipal de la Ville de Dijon

Séance du 27 juin 2016



MAIRIE DE DIJON

Président : M. REBSAMEN

Secrétaire : Mme FERRIERE

Membres présents : Mme KOENDERS - M. MAGLICA - M. PRIBETICH - Mme MODDE - M. DESEILLE - Mme TENENBAUM - Mme DILLENSEGER - M. GERVAIS - Mme AKPINAR-ISTIQUAM - M. CHÂTEAU - Mme MARTIN - M. EL HASSOUNI - Mme AVENA - M. DECOMBARD - 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 - Mme CHEVALIER - M. BARD - M. BORDAT - M. DIOUF - Mme OUTHIER - M. HELIE - Mme ERSCHENS - M. BICHOT - Mme VOISIN-VAIRELLES - M. BOURGUIGNAT - M. AYACHE - M. BONORON - Mme DESAUBLIAUX

Membres excusés : Mme POPARD (pouvoir M. PRIBETICH) - M. MARTIN (pouvoir Mme PFANDER-MENY) - M. JULIEN (pouvoir M. GERVAIS) - Mme HILY (pouvoir Mme MODDE) - M. FAVERJON (pouvoir Mme HERVIEU) - Mme TOMASELLI (pouvoir Mme MARTIN) - M. GRANDGUILLAUME (pouvoir M. PIAN) - Mme CHARRET-GODARD (pouvoir Mme AKPINAR-ISTIQUAM) - M. ROZOY (pouvoir Mme FERRIERE) - Mme VANDRIESSE (pouvoir M. BOURGUIGNAT) - M. CHEVALIER (pouvoir Mme ERSCHENS) - M. CAVIN (pouvoir Mme DESAUBLIAUX)

Membres absents : M. HOUPERT

OBJET

DE LA DELIBERATION

Élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de la communauté urbaine du Grand Dijon – Débat sur les orientations

Monsieur Gervais expose :

Mesdames, messieurs,

Ce rapport sert de support au débat qui doit se tenir en conseil municipal 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 pré-enseignes 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^{er} 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'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.

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.

Ceci étant exposé, je vous demanderai, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir :

- débattre sur les orientations présentées ci-dessus.