

# RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

## *Bilan de concertation*

# Sommaire

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCTION</b>  | <b>3</b>  |
| A. Qu'est-ce qu'un RLPI ?  | 4         |
| B. Les objectifs du RLPI   | 4         |
| <b>LE DEROULEMENT DE LA CONCERTATION</b>   | <b>6</b>  |
| Partie 1 : Les moyens de communication mis en œuvre  | 8         |
| A. L'affichage d'un avis de concertation au siège de GBM et dans les mairies des communes concernées | 8         |
| B. La page Internet dédiée   | 8         |
| C. Une vidéo pédagogique en motion design  | 8         |
| D. Les documents pédagogiques (lettres d'information)  | 9         |
| E. L'annonce des réunions publiques  | 10        |
| F. Les relais dans les médias communaux et locaux  | 12        |
| Partie 2 : Les moyens de participation mis en œuvre et les avis exprimés                             | 15        |
| A. La réunion publique du 7 février 2024   | 15        |
| B. La réunion publique du 19 mars 2025   | 16        |
| C. Les réunions avec les acteurs particulièrement concernés par le projet                            | 17        |
| D. Les contributions   | 19        |
| <b>LES ENSEIGNEMENTS DE LA CONCERTATION</b>  | <b>22</b> |



# **INTRODUCTION**



## A. Qu'est-ce qu'un RLPi ?

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est un document stratégique qui permet d'adapter aux spécificités locales les dispositions du Règlement National de Publicité (RNP), fixé par le Code de l'environnement. Il définit les conditions d'installation des publicités, enseignes et préenseignes en extérieur en réglementant notamment leur surface, leur emplacement et leur caractère lumineux.

À Grand Besançon Métropole (GBM), l'élaboration du RLPi vise à harmoniser les règlements existants en remplaçant les RLP communaux et en établissant un cadre réglementaire commun aux 68 communes du territoire. Il s'agit d'un outil essentiel pour concilier aménagement urbain, protection du cadre de vie et attractivité économique.

Le RLPi encadrera l'implantation des dispositifs publicitaires afin d'assurer leur intégration dans le paysage tout en protégeant les espaces sensibles, notamment les abords des monuments historiques et les zones naturelles. Il devra également prendre en compte les évolutions technologiques et les nouveaux formats d'affichage, comme les dispositifs numériques.

Son élaboration repose sur une concertation étroite avec les communes, les acteurs économiques (commerçants, enseignistes, afficheurs), les associations environnementales et citoyennes et les habitants. Ces échanges permettent d'ajuster les orientations du règlement pour répondre aux attentes locales et garantir une régulation adaptée.

Le RLPi se compose de plusieurs documents :

- **Un rapport de présentation**, s'appuyant sur un diagnostic, qui expose les orientations et objectifs retenus, et justifie les règles locales instaurées ;
- **Un règlement écrit et graphique**, qui fixe les prescriptions locales applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes sur l'ensemble du territoire ;
- **Des annexes**, notamment les arrêtés municipaux définissant les limites d'agglomération.

## B. Les objectifs du RLPi

Le RLPi de Grand Besançon Métropole poursuit plusieurs objectifs principaux :

- **Revaloriser l'image du territoire** en améliorant la qualité paysagère des entrées d'agglomération et des espaces publics ;
- **Préserver l'attractivité économique et commerciale** en garantissant un cadre réglementaire clair et adapté aux besoins des acteurs locaux ;

- **Protéger le cadre de vie et l'environnement** en limitant les nuisances visuelles et lumineuses générées par l'affichage publicitaire ;
- **Harmoniser la réglementation** à l'échelle intercommunale en assurant une cohérence entre les communes ;
- **Encadrer les nouvelles formes de publicité** (dispositifs numériques, micro-affichage, publicité sur mobilier urbain) pour une meilleure intégration dans le paysage.



# **LE DEROULEMENT DE LA CONCERTATION**



La concertation réglementaire autour du projet de RLPi de GBM a été organisée en application de l'article L.103-2 du Code de l'urbanisme. Elle s'est déroulée du 16 décembre 2019 au 21 mars 2025 afin d'associer les habitants, les acteurs économiques et les associations à l'élaboration du document.

### Rappel des modalités retenues dans le cadre de la délibération

La délibération de prescription du 16 décembre 2019 a défini les modalités de la concertation, comprenant :

- L'affichage d'un avis de concertation au siège de GBM et dans les mairies des communes concernées ;
- La mise à disposition d'un registre de concertation pour recueillir les observations du public ;
- La diffusion d'informations via les supports de communication de GBM ;
- L'organisation de réunions publiques pour présenter le projet et échanger avec les citoyens.

### Actions d'information relatives au projet

Plusieurs actions ont été mises en place pour informer le public sur l'avancement du projet, notamment :

- Une **page internet dédiée** sur le site de GBM, actualisée régulièrement ;
- La publication de **trois documents pédagogiques** expliquant les enjeux et les avancées du RLPi ainsi que les supports des réunions publiques ;
- La réalisation d'un **film de présentation** pour sensibiliser les habitants.

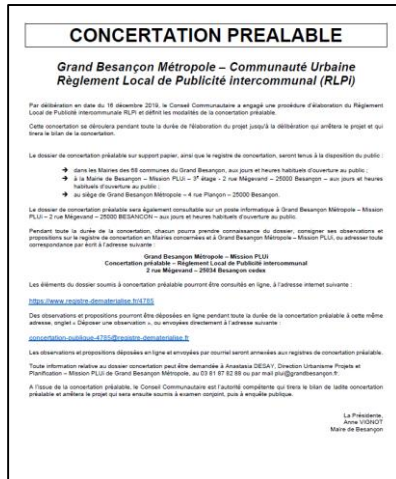
### Actions permettant la participation au projet

Pour garantir une large participation, diverses actions ont été menées :

- **Mise à disposition de registres de concertation** au siège de GBM et dans les mairies ;
- **Mise en place d'un registre dématérialisé** et d'une adresse mail (concertation-publique-4785@registre-dematerialise.fr) pour recueillir les contributions ;
- Organisation de **deux réunions publiques ouvertes à tous** (7 février 2024 et 19 mars 2025) ;
- Organisation de **cinq réunions spécifiques** pour les professionnels, les associations et les commerçants (1<sup>er</sup> décembre 2023, 10 octobre 2024, 18 février 2025).

Le bilan de concertation qui suit démontre d'abord que les modalités prévues ont bien été respectées et enrichies par des actions complémentaires, puis présente l'ensemble des contributions recueillies.

## Partie 1 : Les moyens de communication mis en œuvre



### A. L’affichage d’un avis de concertation au siège de GBM et dans les mairies des communes concernées

Un avis de concertation a été publié au siège de Grand Besançon Métropole et dans les 67 autres communes du territoire. L’objectif de cet avis était d’informer les citoyens sur l’ensemble des modalités de concertations mise en œuvre.

### B. La page Internet dédiée

Sur son site internet, GBM a mis en ligne une page dédiée. Cette page, mise à jour régulièrement pendant toute la durée de la concertation, comprend plusieurs parties :

- La description du projet
- Les objectifs du projet
- Les étapes du projet
- Une vidéo
- La concertation
- Les documents utiles : délibérations, lettre d’infos

### C. Une vidéo pédagogique en motion design

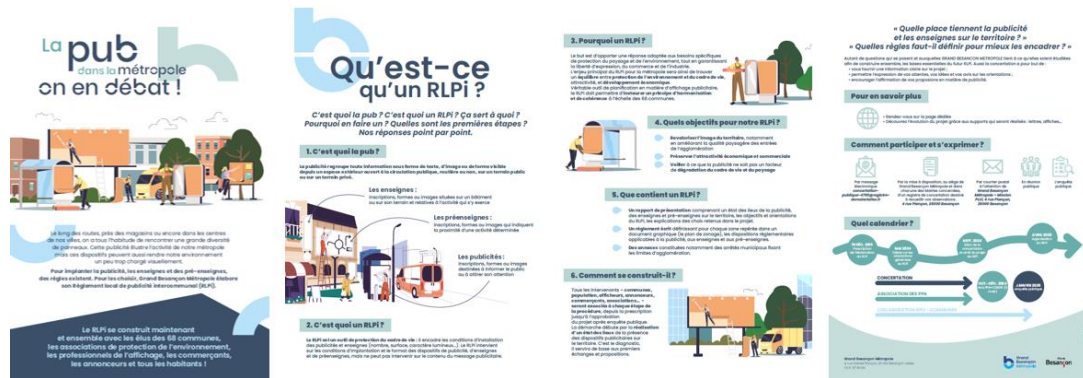
Au lancement de la démarche, une vidéo pédagogique en motion design a été réalisée. Elle avait pour objectif d’expliquer de manière claire et accessible ce qu’est un RLPi, son rôle et les enjeux spécifiques pour le territoire.



## D. Les documents pédagogiques (lettres d'information)

Trois lettres d'information ont été diffusées à chaque étape clé du projet :

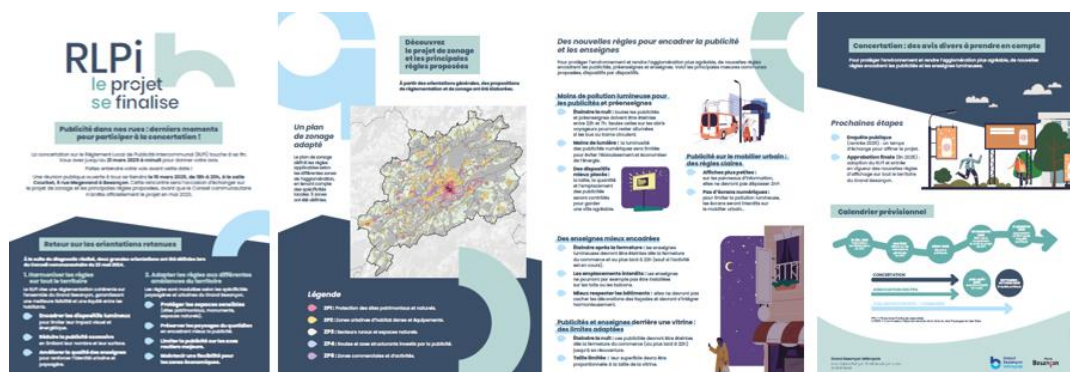
- Lettre N°1 (mars 2023) : présentation de la démarche



- Lettre N°2 (juillet 2024) : présentation du diagnostic réalisé et des grandes orientations retenues.



- Lettre N°3 (mars 2025) : explication du zonage et des règles appliquées dans le cadre du RLPi.



En complément, GBM a également publié une information consacrée au projet dans sa newsletter du 1<sup>er</sup> février 2025, adressée à 735 personnes.



**Bonjour et bienvenue sur la newsletter de Grand Besançon Métropole !**

Cette lettre mensuelle vous permettra de rester connectés à l'actualité de notre territoire. Que vous soyez un habitant, un professionnel ou un visiteur, cette newsletter vous offrira un aperçu complet des projets, des initiatives et des opportunités qui façonnent l'avenir du Grand Besançon et pourront vous servir dans votre vie quotidienne.  
Bonne lecture.

**Publicité dans nos rues : donnez votre avis !**

Pour implanter la publicité, les enseignes et les pré-enseignes dans nos rues, des règles existent. Pour les choisir et les décliner sur notre territoire, nous avons lancé l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi). Nous sommes tous concernés et pouvons donner notre avis en participant à la concertation préalable qui se termine mi-mars.



Participez

**E. L'annonce des réunions publiques**

Toutes les réunions publiques ont été annoncées au moyen du dispositif suivant :

- Une affiche ;
- Une annonce sur les supports digitaux de GBM ;
- Un kit de communication à destination des collectivités.



Affiche de la réunion publique du 7 février 2024

**Grand Besançon Métropole - Suivre**  
30 janvier 2024 · 🌐

Vous vivez sur le territoire et vous souhaitez échanger à propos du nouveau Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) en cours d'élaboration ?

📅 Retenez la date de mercredi 7 février à 18h30 pour venir en débattre à la réunion publique dédiée 📍



GRANDBESANCON.FR

**La pub dans le Grand Besançon : venez en débattre - Grand Besançon**  
Vous vivez sur le territoire et vous souhaitez échanger à propos du nouveau Règlement Local ...

👍 5      2 partages

👍 J'aime    💬 Commenter    ✉️ Envoyer    ➦ Partager

Affiche de la réunion publique du 19 mars 2025

**Publicité dans nos rues : donnez votre avis**  
Publié le 19 février 2025



**Pour implanter la publicité, les enseignes et les pré-enseignes dans nos rues, le long de nos routes, des règles existent.**

Pour les choisir et les décliner sur notre territoire, nous avons lancé l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi).


Nous sommes tous concernés et pouvons donner notre avis en participant à la concertation préalable qui se termine mi-mars.

[➔ Je participe à la consultation !](#)

Exemples de post Facebook et d'article « à la Une »


**Posts**

De mon réseau    Dernières 24 heures    La semaine dernière

 **Besançon, Ville et Communauté Urbaine**    + Suivre    ...  
13 975 abonnés  
1 mois · 🌐

🔍 Publicité dans nos rues : donnez votre avis ! 💬

👉 Pour implanter la publicité, les enseignes et les pré-enseignes dans nos rues, des règles existent. Pour les choisir et les décliner sur notre territoire nous avons lancé l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi). Nous sommes tous concernés et pouvons donner notre avis sur l'implantation de la publicité en participant à la concertation préalable qui se termine le mi-mars. Pour participer c'est par ici. 📍



**GRAND BESANÇON MÉTROPOLE : concertation préalable à l'élaboration du Règlement Local de...**  
registre-dematerialise.fr

👍 9      12 commentaires · 1 republication

👤    👍 J'aime    💬 Commenter    🔄 Republier    ➦ Envoyer

Exemple de post LinkedIn

## F. Les relais dans les médias communaux et locaux

Les communes de la métropole et les médias locaux se sont fait le relais des actions de communication et de concertation à toutes les étapes du projet.



*Extrait de la communication numérique relayée par la commune de Ecole Valentin*



*Extrait de la communication relayée par la commune de Osselle-Rousselle*



GENEUILLE

ACCUEIL > AGENDA > RÉUNION PUBLIQUE SUR LE RLPI



Réunion publique sur le RLPI

Geneuille

Lieu Geneuille

Date Le mer. 19 mars



En prélude de l'arrêt du Règlement Local de Publicité intercommunal en Mai prochain, une réunion publique sera organisée le mercredi 19 mars 2025 à 18h en salle Courbet (6 rue Megevand, 25000 Besançon).

Extrait de la communication relayée par la commune de Geneuille

2 Doubts

Publicité : la fin des panneaux 4x3 à Besançon

La Ville a reçu son règlement local de publicité en 2022. Le document d'urbanisme intercommunal des panneaux de 4x3 m...

Les panneaux de 4x3 m ont été interdits à Besançon à partir du 1er janvier 2023. Cette mesure vise à améliorer l'esthétique de la ville...

140 000 € de taxe Une création de RLPI a financé plus de 100 m de panneaux de publicité...

23 panneaux de 4x3 m dans la ville Certains panneaux de 4x3 m ont été autorisés dans certaines zones...

Les panneaux de 4x3 m ont été interdits à Besançon à partir du 1er janvier 2023. Cette mesure vise à améliorer l'esthétique de la ville...

Les panneaux de 4x3 m ont été interdits à Besançon à partir du 1er janvier 2023. Cette mesure vise à améliorer l'esthétique de la ville...

140 000 € de taxe Une création de RLPI a financé plus de 100 m de panneaux de publicité...

23 panneaux de 4x3 m dans la ville Certains panneaux de 4x3 m ont été autorisés dans certaines zones...



La grande majorité du parc est installée chez des particuliers

Quelques milliers de panneaux de publicité sont installés sur les façades des bâtiments de la ville de Besançon...



Le règlement local de publicité de Besançon, adopté en 2022 par le Conseil municipal, impose de nouvelles restrictions...

Le règlement local de publicité de Besançon, adopté en 2022 par le Conseil municipal, impose de nouvelles restrictions...

3 Samedi 4 novembre 2023

OUVERTURE J+3 NOUVEAU RESTAURANT! JEU CONCOURS

La com' du Grand Pontarlier souhaite harmoniser le paysage publicitaire

L'association des commerçants de Grand Pontarlier souhaite harmoniser le paysage publicitaire...

Les panneaux immobiliers - L'impression et l'entretien - Le premier objectif est de permettre de limiter la publicité...

Les panneaux immobiliers - L'impression et l'entretien - Le premier objectif est de permettre de limiter la publicité...

Les panneaux immobiliers - L'impression et l'entretien - Le premier objectif est de permettre de limiter la publicité...

Mobilier urbain : le contrat arrive à échéance fin 2024

Les nombreux supports publicitaires sont liés au mobilier urbain dans la ville de Besançon...

Le contrat actuel, signé en 2007, devait arriver à échéance fin décembre, il a été prolongé...

Le contrat actuel, signé en 2007, devait arriver à échéance fin décembre, il a été prolongé...



Les panneaux d'information sont gérés par la société JCDecaux. Photo: Aurélien Coutant

Le contrat actuel, signé en 2007, devait arriver à échéance fin décembre, il a été prolongé...

VACHE DE SALON LE SALON DE L'AGRICULTURE BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 17 > 19 NOVEMBRE 2023





Articles dans L'Est Républicain – Février, mars et mai 2024

## Partie 2 : Les moyens de participation mis en œuvre et les avis exprimés

Afin d'échanger avec les habitants, les élus, les associations et les professionnels et de répondre à leurs interrogations ou de recueillir leurs avis, plusieurs modalités de participation ont été mises en place.

### A. La réunion publique du 7 février 2024

Réunissant environ 15 participants, la réunion a débuté par un mot d'accueil de Aurélien LAROPPE, Vice-Président de GBM en charge du PLUi et du RLPi, qui a rappelé les enjeux et objectifs poursuivis dans le cadre du projet.

Ensuite, les acteurs du projet ont déroulé le support de présentation diffusé.

Organisé en 4 parties, l'exposé a permis :

- de rappeler ce qu'est un RLPi ;
- de présenter le diagnostic réalisé ;
- de partager les premières pistes de travail
- de rappeler les modalités de concertation.

Ce premier temps a été suivi d'échanges avec les participants qui ont permis aux uns et aux autres de poser leurs questions et de transmettre leurs avis.

Les discussions ont principalement porté sur :

- L'articulation entre le RLP de Besançon et le futur RLPi, avec une confirmation que le RLPi harmonisera les règles sans être plus souple que les règlements existants.
- L'impact économique pour les propriétaires et afficheurs, certains s'inquiétant des pertes financières liées à la suppression de dispositifs publicitaires et rappelant les investissements conséquents récemment réalisés pour la mise en conformité avec le RLP bisontin.
- L'encadrement des publicités numériques et des enseignes lumineuses, avec des restrictions fortes prévues mais sans interdiction totale.
- Les pouvoirs de police de l'affichage, désormais transférés aux maires, avec un possible transfert à GBM en juillet 2024.
- L'implication des Personnes Publiques Associées (PPA), qui rendront un avis officiel sur le projet.
- Le contrat de mobilier urbain, qui devra respecter les dispositions du futur RLPi.

## B. La réunion publique du 19 mars 2025

Organisée le 19 mars 2025, la seconde réunion publique sur l'élaboration du RLPi a permis de présenter les grands principes du règlement et du zonage envisagés.

Elle a réuni une trentaine de participants.

Organisé en 4 parties, l'exposé a permis de présenter et d'échanger sur :

- Le projet de zonage ;
- Le projet de règles locales applicables aux publicités et préenseignes ;
- Le projet de règles locales applicables aux enseignes ;
- Le projet de règles locales applicables aux dispositifs lumineux installés derrière les baies ou vitrines des commerces.

Les discussions ont été principalement relatives aux sujets suivants :

- La règle de surface des publicités et préenseignes installées le long des axes routiers les plus empruntés ;
- Les chevalets et mobiliers urbains d'information de format « sucette » sur domaine public, qui peuvent gêner la circulation des personnes à mobilité réduite ;
- Le seuil de luminance des publicités et préenseignes numériques, jugé par les professionnels difficilement contrôlable en pratique ;
- La limitation de la surface des dispositifs lumineux installés derrière les vitrines des commerces.



Réunion publique du 19 mars 2025

### C. Les réunions avec les acteurs particulièrement concernés par le projet

En complément du dispositif « grand public » définis par les modalités de concertation, des temps de présentation et d'échanges spécifiques se sont tenus avec les professionnels de l'affichage (afficheurs et enseignants), les associations de protection de l'environnement et les commerçants.

Cinq réunions se sont tenues :

- le 1<sup>er</sup> décembre 2023 pour échanger sur le diagnostic et les orientations (une réunion avec les professionnels et associations);
- le 10 octobre 2024 pour échanger sur les règles (une réunion dédiée aux enseignants et commerçants sur le thème des enseignes, et une autre réunion dédiée aux afficheurs et associations);
- le 18 février 2025 pour échanger sur la définition de l'avant-projet (une réunion dédiée aux enseignants et commerçants, une autre dédiée aux afficheurs et associations) .

De manière générale, les enseignants ont exprimé leurs préoccupations concernant les restrictions proposées par le RLPi, notamment en ce qui concerne les dispositifs lumineux et la vitrophanie. Ils ont souligné l'importance de la visibilité nocturne pour les commerçants et ont demandé plus de clarté sur les règles relatives aux enseignes numériques et aux lettres néons.

Les enseignants ont également mis en avant les défis techniques liés à l'installation et à l'alignement des enseignes perpendiculaires ou sur la nécessité de reboucher les trous laissés par la dépose des enseignes.

Les enseignants ont insisté sur l'importance de la réactivité des autorités dans le traitement des dossiers d'autorisation et sur la nécessité de généraliser le dépôt des dossiers par voie dématérialisée. Ils ont également exprimé des inquiétudes quant à la capacité des commerçants à se conformer aux nouvelles règles dans le délai imparti.

Les commerçants ont précisé être peu nombreux à utiliser les panneaux publicitaires pour signaler leurs activités ou une opération exceptionnelle (soldes, liquidation...). Ce sont surtout les groupes nationaux qui en bénéficient. Ils ont de plus souligné que la raréfaction des panneaux publicitaires par l'effet du RLPi, augmenterait sans doute le coût d'une annonce publicitaire. Cela peut donc être un frein pour les annonceurs locaux. Il faut donc conserver des possibilités d'affichage.

Les professionnels de l'affichage ont critiqué certaines règles proposées par le RLPi, notamment celles concernant les enseignes temporaires et les publicités/préenseignes scellées au sol. Ils ont jugé certaines restrictions trop sévères et ont plaidé pour une adaptation des règles en fonction des spécificités locales.

En particulier, les afficheurs ont souligné qu'ils venaient de réaliser récemment des investissements conséquents pour mettre leur parc en conformité avec le RLP de Besançon. Devoir mettre de nouveau leur parc aux normes du RLPI leur paraît beaucoup trop lourd, sur le plan financier (par exemple si la surface des panneaux le long des axes est réduite). Les groupes locaux craignent pour leur survie.

Les afficheurs ont également mis en avant leurs efforts pour réduire l'impact environnemental de leurs dispositifs, tout en soulignant l'importance de la publicité pour les annonceurs locaux.

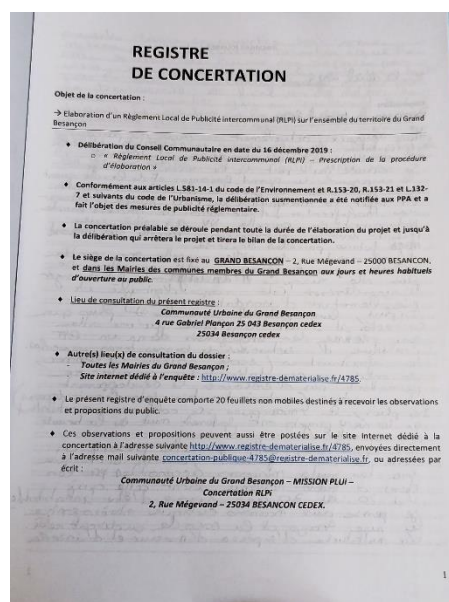
Les associations de protection de l'environnement ont salué l'esprit protecteur du document et ont insisté sur la nécessité de limiter la pollution visuelle, notamment sur les axes routiers structurants. Elles ont également soutenu l'interdiction des publicités/préenseignes numériques (interdites partout, sauf en zone économique), tout en reconnaissant les efforts des afficheurs pour adopter des pratiques plus durables.

En résumé, les échanges ont mis en lumière les tensions entre les impératifs économiques des professionnels de l'affichage et des enseignistes, et les préoccupations environnementales des associations. Les participants ont toutefois reconnu la nécessité de trouver un équilibre pour préserver la qualité du cadre de vie tout en soutenant les activités économiques locales.

## D. Les contributions

En complément des temps d'échanges, des outils permettant la contribution écrite des publics ont été mis en place :

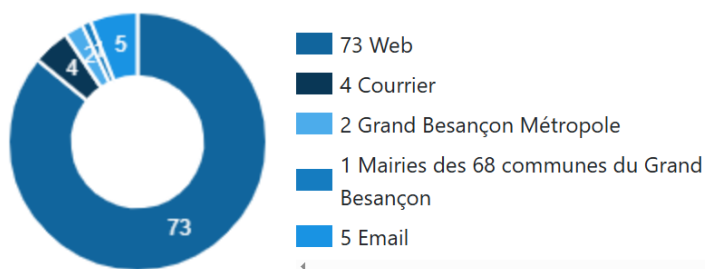
- Sur les registres mis à disposition au siège de Grand Besançon Métropole et dans chacune des Mairies concernées ;
- Par message électronique à l'adresse concertationpublique4785@registre-dematerialise.fr;
- Sur le registre dématérialisé ;
- Par courrier postal.



Registre de concertation au siège de Grand Besançon et dans les communes

Différentes contributions ont été déposées au cours de cette phase de concertation via ces divers canaux. Il a été reçu :

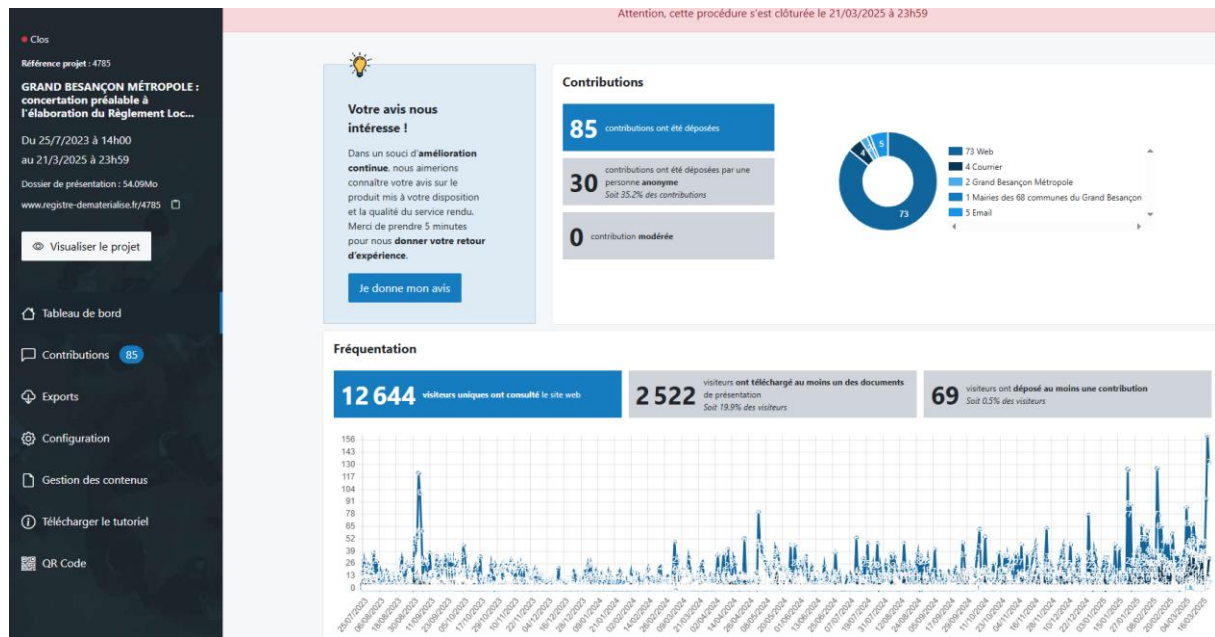
- 73 contributions via le registre dématérialisé
- 4 courriers
- 5 mails
- 3 contributions sur les registres déposés dans les communes et à GBM



La part de chaque outil dans les contributions

Au total, 85 contributions ont été reçues dont plus de 80% via le registre dématérialisé.

Au total 12 644 visiteurs uniques ont consulté le registre en ligne. Près de 20% des visiteurs ont téléchargé au moins un document sur la plateforme. Ces visites ont généré 73 contributions.



Les 85 participants ont démontré un engagement marqué, avec des avis bien argumentés. Les avis autour du projet mettent en lumière une diversité d'opinions et de préoccupations.

On constate d'une part que 82% des avis émis réclament une diminution ou une suppression de la publicité. Ils sont émis par des habitants et par les associations de défense de l'environnement et du cadre de vie.

Ces avis précisent comment réduire (format, densité, type de dispositif), quoi interdire (publicité lumineuse ou numérique) ou réclament une intervention sur la nature des messages.

Les arguments mobilisés concernent différents enjeux :

- Des enjeux environnementaux et sociétaux : la publicité encourage à une surconsommation néfaste pour l'environnement ;
- Des enjeux esthétiques et de préservation du territoire : les avis soulignant le caractère dénaturant des dispositifs ;
- Des enjeux de sécurité routières : la présence en trop grand nombre de panneaux publicitaires nuit à l'attention des automobilistes.

Après avoir émis un avis sur la publicité et ses dispositifs, plusieurs contributions proposent des règles, et principalement :

- La réduction et la limitation de la taille des panneaux à 4,7 m<sup>2</sup> dans toutes les zones ;
- L'interdiction totale des affichages lumineux et numériques ;
- La généralisation de l'interdiction des publicités en « recto- verso ».

A contrario, 10% des contributions soulignent l'importance de la publicité pour la visibilité des entreprises locales et en défense d'un secteur d'activités qui génère de l'emploi sur le territoire. Ces avis sont portés par les professionnels de l'affichage.

Ils demandent que le projet de RLPI prenne en compte les évolutions récentes liées à la mise en application du RLP de Besançon qui a déjà très largement réduit la place de la publicité en ville. Ils défendent également le rôle de ces dispositifs.

Enfin, 6% des avis proposent une vision moins marquée insistant sur la nécessité de trouver un équilibre entre les besoins économiques et la préservation de l'environnement et de l'esthétique urbaine.

Enfin, quelques plus rares avis, portent sur les enseignes. Là aussi, il est recherché un équilibre entre une volonté de poursuivre l'amélioration de la qualité des enseignes tout en étant soutenable financièrement par les commerçants.



**LES ENSEIGNEMENTS DE  
LA CONCERTATION**



Le présent bilan de la concertation réglementaire prend en compte les actions réalisées et les avis émis de manière formelle du 16 décembre 2019 au 21 mars 2025.

Soit les éléments suivants :

- Les échanges riches et denses qui ont pu être menés lors des deux réunions publiques ;
- Des questions, remarques posées lors des cinq réunions dédiées aux acteurs professionnels (commerçants, enseignants, afficheurs) et les associations environnementales et citoyennes ;
- Les avis qui ont été émis durant cette concertation.

Pour cette phase de concertation réglementaire, Grand Besançon Métropole a mis en œuvre les moyens nécessaires pour informer et recueillir les avis et les remarques de la population et de toute personne ou organisme intéressé sur le projet, conformément à ses engagements.

Habitants, professionnels de l’affichage, associations de protection de l’environnement et commerçants ont été rencontrés directement et ont pu exprimer formellement leurs avis. Les participants ont démontré un bon niveau d’engagement, avec des avis relativement nombreux et argumentés.

Les éléments exprimés lors de cette concertation concernent en particulier :

- La définition de règles en matière de publicités et préenseignes, permettant de conserver le niveau de protection des récents RLP communaux, voire d’aller au-delà ;
- La place de la publicité sur mobilier urbain ;
- Les conséquences pratiques sur le parc de panneaux publicitaires récemment mis en conformité si des déposes ou des diminutions de surface doivent encore se produire par l’effet du RLPi ;
- La définition d’une règle de densité spécifique au domaine public ferroviaire (constitué d’une seule unité foncière) ;
- La définition de règles en matière d’enseignes qui soient claires, évitent la subjectivité d’un service extérieur et permettent à la fois d’obtenir des enseignes plus sobres et qualitatives sans brider la liberté d’expression des acteurs locaux ;
- La place des dispositifs numériques, extérieurs et intérieurs, qui rencontre une hostilité certaine de la part des associations et habitants ;
- La définition des règles relatives aux dispositifs lumineux derrière les vitrines des commerces, afin de freiner leur développement et de mieux les encadrer.

Grand Besançon Métropole a ainsi cherché le juste équilibre pour la définition des règles locales, tout en affirmant son ambition de protection forte des paysages urbains et ruraux. Le territoire bénéficie d’une richesse patrimoniale à préserver.

Tous les acteurs ont été entendus, toutes les contributions ont été étudiées : le projet de RLPi proposé satisfait certaines remarques, d’autres non.

En matière de publicités et préenseignes :

- En toutes zones, la collectivité réduit à 2m<sup>2</sup> la surface de la publicité sur mobiliers urbains d'information (format sucette) et interdit la publicité numérique sur tout type de mobiliers urbains. En ce sens, Grand Besançon Métropole procède à une réduction forte de la place de la publicité sur domaine public.
- De manière générale, les dispositifs numériques (plus pregnants dans le paysage) sont fortement contraints : à l'exception des zones économiques, ils sont interdits. Un seuil de luminance est défini.
- En zone « habitat », GBM gomme les différences de régimes juridiques organisées par la réglementation nationale entre les communes appartenant à l'unité urbaine de Besançon et les autres. Dans les secteurs principalement dédiés à l'habitat, la publicité scellée au sol est interdite. La publicité murale est admise, à raison d'un dispositif (non numérique) de 2m<sup>2</sup>. L'objectif est d'assurer une égalité de traitement des habitants.
- Le long des axes routiers les plus empruntés et les plus investis par les panneaux publicitaires, la collectivité va plus loin que les RLP communaux existants, en interdisant les dispositifs numériques et en réduisant la surface des panneaux à 4,70m<sup>2</sup>. Il s'agit de traiter de manière égalitaire les habitants le long de ces axes avec ceux situés dans la zone « habitat » et d'éviter la banalisation de parties de territoire parfois sacrifiées à la publicité.
- Des possibilités plus larges d'installations publicitaires (panneaux numériques, dispositifs scellés au sol) sont réservées aux secteurs économiques : les règles nationales de surface sont conservées, assorties de règles de densité permettant de réduire le nombre des publicités et préenseignes.
- Le domaine public ferroviaire est traité de manière spécifique (règle d'espacement entre les panneaux).

En matière d'enseignes :

- Les règles applicables dans les lieux « patrimoniaux » ont été discutées avec les commerçants et enseignants : elles tiennent compte de leurs retours d'application sur les RLP communaux en vigueur. Une très grande sobriété des enseignes est recherchée dans ces lieux.
- Dans les secteurs d'habitat ainsi que dans les espaces non agglomérés, le RLPi élabore des règles permettant d'avoir des enseignes mieux intégrées, sans brider la création des acteurs économiques.
- Dans les zones économiques, les règles nationales sont principalement conservées. Toutefois, la surface des enseignes parallèles est limitée (10% de la surface de la façade) et les enseignes en toiture sont interdites. Même dans ces secteurs, le RLPi procède à un saut qualitatif des enseignes, pour éviter la paupérisation paysagère des zones commerciales et d'activités.

Concernant les publicités, préenseignes et enseignes lumineuses situées derrière les baies et vitrines des commerces, elles sont soumises à extinction nocturne et limitées en surface.

À l'image de la concertation réglementaire, Grand Besançon Métropole entend poursuivre cette démarche de dialogue tout au long des phases à venir.