RECU EN PREFECTURE
Le 11 avril 2022
VIA DOTELEC - S2LOW
025-242500261-20220331-D006050I0-DE

Grand Besançon Métropole

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE - DÉPARTEMENT DU DOUBS

Extrait du Registre des délibérations du Conseil de Communauté

Séance du 31 mars 2022

Membres du Conseil Communautaire en exercice : 123

Le Conseil de Communauté, régulièrement convoqué, s'est réuni, sous la présidence de Mme Anne VIGNOT, Présidente de Grand Besançon Métropole.

Ordre de passage des rapports : 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31, 32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,42,43,44,45.

La séance est ouverte à 18h03 et levée à 22h27.

Etaient présents : **Audeux** : Mme Françoise GALLIOU **Avanne-Aveney** : Mme Marie-Jeanne BERNABEU **Besançon** : M. Hasni ALEM, Mme Frédérique BAEHR, M. Guillaume BAILLY(à partir de la question n°6), Mme Anne BENEDETTO, M. Kévin BERTAGNOLI, Mme Pascale BILLEREY, M. François BOUSSO, Mme Nathalie BOUVET, Mme Claudine CAULET, Mme Aline CHASSAGNE, Mme Annaick CHAUVET, Mme Julie CHETTOUH, M. Sébastien COUDRY, M. Philippe CREMER, M. Laurent CROIZIER, M. Benoit CYPRIANI, Mme Karine DENIS-LAMIT, Mme Marie ETEVENARD, M. Ludovic FAGAUT, Mme Lorine GAGLIOLO, Mme Sadia GHARET, M. Abdel GHEZALI, M. Olivier GRIMAITRE, M. Damien HUGUET, M. Jean-Emmanuel LAFARGE, Mme Marie LAMBERT, M. Aurélien LAROPPE, Mme Agnès MARTIN, Mme Carine MICHEL, Mme Laurence MULOT, M. Yannick POUJET, Mme Françoise PRESSE, Mme Karima ROCHDI, M. Nathan SOURISSEAU, M. André TERZO, Mme Claude VARET, Mme Anne VIGNOT, Mme Christine WERTHE, Mme Marie ZEHAF **Bonnay** : M. Gilles ORY **Boussières** : M. Eloi JARAMAGO **Busy** : M. Philippe SIMONIN **Byans-sur-Doubs** : M. Didier PAINEAU **Chalèze** : M. René BLAISON **Chalezeule** : M. Christian MAGNIN-FEYSOT **Champagney** : M. Olivier LEGAIN **Champvans-les-Moulins**: M. Florent BAILLY **Chemaudin et Vaux** : M. Gilbert GAVIGNET **Chevroz** : M. Franck BERNARD **Cussey-sur-l'Ognon** : M. Jean-François MENESTRIER **Deluz** : M. Fabrice TAILLARD **Devecey** : M. Michel JASSEY (jusqu'à la question n°12 incluse) **Ecole-Valentin** : M. Yves GUYEN **Fontain** : Mme Martine DONEY **Franois** : M. Emile BOURGEOIS **Geneuille** : M. Patrick OUDOT **Gennes** : M. Jean SIMONDON **La Vèze** : M. Jean-Pierre JANNIN **Les Auxons** : M. Anthony NAPPEZ **Mamirolle** : M. Daniel HUOT **Marchaux-Chaudefontaine** : M. Patrick CORNE **Morre** : M. Jean-Michel CAYUELA (jusqu'à la question n°31 incluse) **Nancray** : M. Vincent FIETIER **Noironte** : M. Claude MAIRE **Osselle-Routelle** : Mme Anne OLSZAK **Pelousey** : Mme Catherine BARTHELET **Pirey** : M. Patrick AYACHE **Pouilley-Français** : M. Yves MAURICE **Pouilley-les-Vignes** : M. Jean-Marc BOUSSET **Pugey** : M. Frank LAIDIE **Roche-lez-Beaupré** : M. Jacques KRIEGER **Roset-Fluans** : M. Jacques ADRIANSEN **Saint-Vit** : Mme Anne BIHR, M. Pascal ROUTHIER **Saône** : M. Benoit VUILLEMIN (jusqu'à la question n°8 incluse) **Serre-les-Sapins** : M. Gabriel BAULIEU **Tallenay** : M. Ludovic BARBAROSSA **Thoraise** : M. Jean-Paul MICHAUD **Torpes** : M. Denis JACQUIN **Vaire** : Mme Valérie MAILLARD **Venise** : M. Jean-Claude CONTINI **Vorges-les-Pins** : Mme Maryse VIPREY

Etaient absents : **Amagney** : M. Thomas JAVAUX **Besançon** : Mme Elise AEBISCHER, M. Nicolas BODIN, Mme Fabienne BRAUCHLI, M. Cyril DEVESA, Mme Valérie HALLER, M. Pierre-Charles HENRY, Mme Myriam LEMERCIER, M. Christophe LIME, M. Jamal-Eddine LOUHKIAR, Mme Marie-Thérèse MICHEL, M. Maxime PIGNARD, M. Anthony POULIN, M. Jean-Hugues ROUX, Mme Juliette SORLIN, M. Gilles SPICHER, Mme Sylvie WANLIN **Beure** : M. Philippe CHANEY **Braillans** : M. Alain BLESSEMAILLE **Champoux** : M. Romain VIENET **Châtillon-le-Duc** : Mme Catherine BOTTERON **Chaucenne** : Mme Valérie DRUGE **Dannemarie-sur-Crête** : Mme Martine LEOTARD **Grandfontaine** : M. Henri BERMOND **La Chevillotte** : M. Roger BOROWIK **Larnod** : M. Hugues TRUDET **Le Gratteris** : M. Cédric LINDECKER **Mazerolles-le-Salin** : M. Daniel PARIS **Merey-Vieilley** : M. Philippe PERNOT **Miserey-Salines** : M. Marcel FELT **Montfaucon** : M. Pierre CONTOZ **Montferrand-le-Château** : Mme Lucie BERNARD **Novillars** : M. Bernard LOUIS **Palise** : M. Daniel GAUTHEROT **Rancenay** : Mme Nadine DUSSAUCY **Thise** : M. Loïc ALLAIN **Velesmes-Essarts** : M. Jean-Marc JOUFFROY **Vieilley** : M. Franck RACLOT **Villars Saint-Georges** : M. Damien LEGAIN

Secrétaire de séance : M. Eloi JARAMAGO

Procurations de vote : E.AEBISCHER à K.BERTAGNOLI, G.BAILLY à L.MULOT (jusqu'à la question n°5 incluse), N.BODIN à M.ZEHAF , C.CAULET à F.PRESSE, F.BRAUCHLI à A.CHAUVET, C.DEVESA à B.CYPRIANI, V.HALLER à D.HUGUET, PC.HENRY à L.FAGAUT, M.LEMERCIER à C.WERTHE, C.LIME à A.CHASSAGNE, MT.MICHEL à M.ETEVENARD, M.PIGNARD à K.DENIS-LAMIT, A.POULIN à JE.LAFARGE, JH.ROUX à Y.POUJET, J.SORLIN à S.COUDRY, G.SPICHER à O.GRIMAITRE, S.WANLIN à A.GHEZALI, A.BLESSEMAILLE à J.KRIEGER, R.VIENET à C.MAGNIN-FEYSOT, C.BOTTERON à A.NAPPEZ, M.LEOTARD à JM.BOUSSET, M.JASSEY à Y.MAURICE (à partir de la question n°13), D.PARIS à E.BOURGEOIS, M.FELT à Y.GUYEN, P.CONTOZ à D.HUOT, N.DUSSAUCY à MJ.BERNABEU, B.VUILLEMIN à D.HUOT (à partir de la question n°9), L.ALLAIN à F.TAILLARD

Délibération n°2022/006050
Rapport n°20 - Commune de Besançon – Approbation du Règlement Local de Publicité après enquête publique

Commune de Besançon –
Approbation du Règlement Local de Publicité après enquête publique

Rapporteur : M. Aurélien LAROPPE, Vice-Président

Inscription budgétaire
Sans incidence financière

Résumé :
A la demande de la Ville de Besançon, GBM, devenue compétente, a poursuivi la procédure en cours d'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune.
La présente délibération propose l'approbation du RLP après enquête publique.

Les orientations générales du projet de RLP ont été présentées au conseil municipal de la Ville de Besançon le 13 décembre 2012. Les objectifs principaux étaient les suivants :

- réintroduire de façon mesurée la publicité en site patrimonial,
- favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre et la surface des dispositifs,
- favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la taille des enseignes.

Par délibération du conseil municipal, la Ville de Besançon, en date du 8 mars 2018, a sollicité le Grand Besançon pour la poursuite de l'élaboration du RLP.

Par suite, le conseil communautaire du Grand Besançon en date du 16 décembre 2019, a :

- Confirmé que la concertation relative au projet de Règlement Local de Publicité de la Commune de Besançon s'est déroulée conformément aux modalités fixées par la délibération du Conseil municipal du 22 mars 2012,
- Tiré le bilan de la concertation tel qu'il a été présenté,
- Arrêté le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Besançon

Le projet de RLP arrêté a été soumis pour avis aux différentes personnes publiques associées, ainsi qu'à l'examen de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) qui a émis un avis favorable au projet de RLP en date du 8 juillet 2020.

Dans le cadre des consultations, ont remis un avis les services de l'Etat (DDT, Architecte des bâtiments de France), Paysage de France et l'Union pour la Publicité extérieure.

A l'issue de ces consultations, le projet de RLP a été soumis à enquête publique du mercredi 2 juin 2021 au vendredi 2 juillet 2021 par arrêté de la Présidente de la Communauté Urbaine du Grand Besançon en date du 11 mai 2021.

Au cours de cette enquête, il est à noter l'absence totale du public aux permanences du commissaire enquêteur. Seuls trois professionnels se sont présentés et ont émis un avis sur le projet de RLP.
Par contre sur le site internet, le projet de RLP a suscité l'intérêt de 801 visiteurs et 308 téléchargements ont été effectués.

Le commissaire enquêteur, désigné par le tribunal administratif de Besançon a remis son rapport et ses conclusions le 31 juillet 2021 et émis un avis favorable au projet de RLP assorti de recommandations issues des observations des personnes publiques consultées.

Les remarques des personnes publiques associées dans leurs avis et les conclusions du commissaire enquêteur ont nécessité des modifications du projet de RLP, sans que soient remises en cause les orientations générales du projet à savoir :

- Dans le rapport de présentation

La prise en compte des observations du Préfet relatives pour l'essentiel à :

- Synthétisation et simplification des points concernant le patrimoine naturel et suppression des redites notamment sur les parcs et jardins.
- Mise à jour des cartes de recensement des dispositifs publicitaires et du mobilier urbain,
- Synthétisation de la partie consacrée aux orientations et objectifs par la suppression de la partie rappelant la règlementation actuelle ainsi que la prise en compte dans cette partie de la transition écologique par la réduction de la consommation énergétique.

- Dans le règlement

La prise en compte des observations du Préfet relatives pour l'essentiel :

- aux prescriptions de l'Architecte des Bâtiments concernant la zone ZPR1, sur l'interdiction des enseignes lumineuses et des prescriptions relatives aux enseignes « bandeau et drapeau »,

- Toutes les observations techniques relatives à l'écriture des articles du règlement,

- la prise en compte de l'avis de l'UPE relatives à la taille et la hauteur des dispositifs publicitaires,

- la prise en compte de la recommandation du commissaire enquêteur de tenir compte de la spécificité administrative du mobilier urbain et de son fonctionnement,

- La prise en compte de l'avis de Paysages de France relatives aux enseignes scellées au sol.

Par la suite,
Vu le code général des collectivités territoriales, notamment ses articles L2121-29 et L5215-20,

Vu les dispositions du chapitre 1er Titre VIII du livre V du code de l'environnement relatif à la publicité, au préenseignes et aux enseignes notamment ses articles L581-14 et suivants,

Vu le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes,

Vu la délibération du conseil municipal du 22 mars 2012 prescrivant la révision du règlement local de publicité de la ville de Besançon et définissant les modalités de concertation,

Vu la délibération du conseil municipal du 13 décembre 2012 actant qu'un débat a eu lieu sur les orientations générales du RLP,

Vu la délibération du Conseil municipal en date du 8 mars 2018 actant du transfert de la compétence RLP au Grand Besançon,

Vu la délibération du Conseil Communautaire en date 19 décembre 2021, tirant le bilan de la concertation préalable et arrêtant le projet de RLP de la ville de Besançon,

Vu le projet de RLP annexé à la présente délibération,

Considérant les conclusions et l'avis favorable du commissaire enquêteur assorti de recommandations,

Considérant que les modifications au projet de RLP arrêté ne remettent pas en cause l'économie générale du projet,

Considérant que le règlement local de publicité, tel qu'il est présenté au conseil communautaire est prêt à être approuvé conformément à l'article L153-21 du code de l'urbanisme,

Le conseil Communautaire entend l'exposé de son président, délibère et décide :

- **D'approuver** le règlement local de publicité pour Besançon tel qu'annexé à la présente délibération,
- **Et de préciser que :**

Conformément à l'article L153-22 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité sera tenu à la disposition du public en mairie de Besançon, aux jours et heures habituels d'ouverture,
Conformément à l'article R581-79 du code de l'environnement, le règlement local de publicité sera mis à disposition sur le site internet de la ville de Besançon et de Grand Besançon Métropole,
Conformément à l'article L581-14-1 du code de l'environnement, le règlement local de publicité, une fois approuvé, sera annexé au plan local d'urbanisme de la Ville de Besançon,
Conformément à l'article R153-21 et R153-22 du code de l'urbanisme, la présente délibération sera affichée un mois en Mairie de Besançon et au siège de Grand Besançon Métropole, mention de cet affichage sera inséré en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département,
La présente délibération sera en outre publiée au recueil des actes administratifs mentionné à l'article R2121-10 du code des collectivités territoriales,
La délibération sera exécutoire à compter de l'accomplissement des mesures de publicité, la date à prendre en compte pour l'affichage étant celle du premier jour où il est effectué, et à compter de sa transmission au représentant de l'Etat dans le département. Mention de cet affichage est insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département.

A l'unanimité, des suffrages exprimés, le Conseil de Communauté:

- **approuve le règlement local de publicité pour Besançon, tel qu'annexé au rapport ;**

- **autorise Madame la Présidente, ou son représentant, à faire toutes les démarches nécessaires à l'exécution de la délibération.**

Pour extrait conforme,

Le Vice-Président suppléant,

Gabriel BAULIEU
1er Vice-Président

Rapport adopté à l'unanimité des suffrages exprimés :
Pour : 105 Contre : 0 Abstentions : 3 Conseiller intéressé : 0*

**Le sens du vote des élus ne prenant pas part au vote est considéré comme une abstention.*

Règlement Local de Publicité

RLP

Afficher autrement, communiquer mieux

RLP arrêté le 16 décembre 2019

DOSSIER 2
REGLEMENT

2.1 Pièces écrites

Titre I.....9

Dispositions générales - Toutes ZPR.....9

Article 1.1.1 : champ d'application.....9

Article 1.1.2 : Dispositifs admis dans toutes les zones.....9

Articles 1.1.3 : Dispositifs interdits dans toutes les zones.....9

Article 1.1.4 : Intégration des dispositifs publicitaires et du mobilier urbain.....10

Article 1.1.5 : Qualité des matériels.....10

Article 1.1.6 : Voies nouvelles.....10

1.2 Dispositions relatives à la publicité et au mobilier urbain.....11

Article 1.2.1 : Autorisation de publicité ou de mobilier urbain support de publicité.....11

Article 1.2.2 : Publicité sur façade.....11

Article1.2.3 : Publicité scellée au sol.....12

Article 1.2.4 : Dispositions relatives aux dispositifs d'éclairage……..……14

Article 1.2.5 : Publicité sur véhicule terrestre.....14

Article 1.2.6: Publicité sur palissade de chantier.....15

Article 1.2.7 : Publicité sur mobilier urbain.....15

Article 1.2.8 : Publicité lumineuse et numérique.....16

1.3 : Dispositions relatives aux enseignes..... 17

Article 1.3.1 : Autorisation d'enseigne.....17

Article 1.3.2 : Surface d'une enseigne.....17

Article 1.3.3 : Intégration des enseignes.....17

Article 1.3.4 : Suppression au terme de l'activité…….....17

Article 1.3.5 : Systèmes intredits……...17

Article 1.3.6 : Enseignes scellées au sol.....17

Article 1.3.7 : Enseignes sur façade……19

Article 1.3.8 : Enseignes lumineuses ou numériques…….....20

Article 1.3.9 : Enseignes en toiture…….20

Article 1.3.10 : Dispositions relatives aux dispositifs d'éclairage…….....20

1.4 : Prescriptions relatives aux enseignes temporaires 20

1.5 : Délimitation des zones de publicité règlementée.....22

Article 1.5.1 : La Zone de Publicité Réglementée n°1 (ZPR1)

- Centre Ancien et patrimoine …….....22

Article 1.5.2 : La Zone de Publicité Réglementée n°2 (ZPR2) - Habitation, équipements et secteurs non bâtis.....22

Article 1.5.3 : La Zone de Publicité Réglementée n°3 (ZPR3) - Activités.....23

Aerticle1.5.4 : La Zone de Publicité Réglementée n°4 (ZPR4) - Axes de circulation.....23

Titre II 24

Prescriptions relatives à la Zone de Publicité Réglementée n°1 (ZPR1) - Centre ancien et patrimoine 24

2.1 : Prescriptions relatives à la publicité 24

2.2 : Prescriptions relatives aux enseignes 24

Article 2.2.1 : Systèmes interdits.....24

Article 2.2.2 : Enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur.....25

Article 2.2.3 : Enseignes apposées perpendiculairement à un mur.....26

Titre III 27

Prescriptions relatives à la Zone de Publicité Réglementée n°2 (ZPR2) - Habitation, équipements et secteurs non bâtis.....27

3.1 : Prescriptions relatives à la publicité 27

3.2 : Prescriptions relatives aux enseignes.....27

Article 3.2.1 : Systèmes interdits.....27

Article 3.2.2 : Enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur.....28

Article 3.2.3 : Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol.....28

Article 3.2.4 : Enseignes apposées perpendiculairement à un mur.....29

Titre IV 30

Prescriptions relatives à la Zone de Publicité Réglementée n°3 (ZPR3) - Activités..... 30

4.1 : Prescriptions relatives à la publicité……..…… 30

4.2 : Prescriptions relatives aux enseignes……30

Article 4.2.1 : Systèmes terdits……..30

Article 4.2.2 : Enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur…….....30

Article 4.2.3 : Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol……..31

Titre V 32

Prescriptions relatives à la Zone de Publicité Réglementée n°4 (ZPR4) - Entrées de Ville et Axes de circulation..... 32

5.1 : Prescriptions relatives à la publilicité……..……32

5.2 : Prescriptions relatives aux enseignes……..……..32

Titre VI 33

Dispositions finales 33

6.1 : Généralités..... 33

Titre I
DISPOSITIONS GENERALES

1.1: DISPOSITIONS GENERALES A TOUTES ZONES

Article 1.1.1 : Champ d'application

Les prescriptions particulières énoncées dans le présent règlement viennent en complément et/ou en substitution des dispositions du Code de l'Environnement - partie législative - livre V - titre VIII - partie réglementaire – Articles R.581-1 à R.581-88 et des décrets susvisés applicables sur tout le territoire de la commune de Besançon. Elles viennent également en substitution des dispositions des réglementations spéciales concernant la publicité, les enseignes et préenseignes qui sont abrogées.

Article 1.1.2 : Dispositifs admis dans toutes les zones

L'affichage municipal, administratif et légal se trouvant sur des dispositifs prévus et aménagés à cet effet dont les emplacements sont fixés par arrêté municipal. Cela concerne l'affichage effectué en exécution d'une disposition législative ou réglementaire, d'une décision de justice ou destiné à informer le public sur les dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans des lieux considérés.

L'affichage d'opinion ou associatif sans but lucratif se trouvant sur des dispositifs prévus et aménagés à cet effet dont les emplacements sont fixés par arrêté municipal, conformément aux articles R.581-2 à 5 du Code de l'Environnement.

Article 1.1.3 : Dispositifs interdits dans toutes les zones

- La publicité sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public, les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, maritime ou aérienne.

- Les drapeaux publicitaires et tout autre mât de pavoisement supportant de la publicité.

- Les supports échelles, les jambes de force, les passerelles, gouttières à colle ou tout autre dispositif annexe fixe.

Article 1.1.4 : **Intégration des dispositifs publicitaires et du mobilier urbain**

Les dispositifs publicitaires et le mobilier urbain support de publicité doivent respecter les différentes typologies architecturales du bâti et s'intégrer aux perspectives paysagères de par leur forme, dimension et couleur. Ils ne doivent pas altérer le caractère général du lieu où ils sont implantés.

Il est interdit de procéder à des modifications de terrain, élagages, etc…, altérant l'aspect naturel de la parcelle ou des arbres et des haies, à la seule fin de dégager la visibilité des dispositifs ou d'en permettre l'installation.

Article 1.1.5 : **Qualité des matériels**

Les matériels destinés à recevoir des publicités et des enseignes sont choisis, installés et entretenus par leurs exploitants afin de garantir :

- L'esthétique et la pérennité de leur aspect initial,
- La sécurité des personnes et des biens,
- La conservation dans le temps de la qualité des fixations et des structures des pièces et des mécanismes qui les composent,
- La résistance des dispositifs aux phénomènes météorologiques, tels que les tempêtes ou vents violents compris dans les limites des règles et normes en vigueur,

En outre, lorsque les dispositifs ne comportent qu'une seule face exploitée, il est demandé de garnir la face non utilisée d'un bardage propre sur la totalité de la surface.

Les supports de publicité devront être construits en matériaux inaltérables, pourvus de cadres et de moulures plates résistants aux rayons ultraviolets.

Les coffrets d'alimentation électriques sont soit intégrés aux dispositifs soit camouflés de façon à ne pas être visibles du domaine public. Les branchements électriques aériens sont interdits.

Article 1.1.6 : **Voies nouvelles**

Toute zone ou voie nouvelle, publique ou privée, créée après la date de mise en vigueur du présent règlement sera soumise aux dispositions fixées par le règlement de la zone de publicité réglementée sous-jacente où elle se situe.

1.2 : Dispositions relatives à la publicité et au mobilier urbain

Article 1.2.1 : Autorisation de publicité ou de mobilier urbain support de publicité

Conformément à l'article L 581-6 du Code de l'environnement, toute installation ou remplacement de dispositif publicitaire support de publicité doit faire l'objet d'une déclaration préalable.

L'installation de mobilier urbain est soumise à dépôt d'une déclaration préalable au titre du code de l'urbanisme, lorsqu'il est implanté en site patrimonial remarquable.

Les formulaires sont les documents CERFA dont le contenu est déterminé par arrêté du ministre chargé de l'environnement.

Article 1.2.2 : Publicité sur façade

Lorsque l'unité foncière comporte un ou plusieurs dispositifs publicitaires scellés au sol, aucun dispositif mural ne sera autorisé

Lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, un seul dispositif publicitaire mural peut être installé. Si l'unité foncière présente plusieurs murs-supports, un seul d'entre eux pourra accueillir une publicité

Les dispositifs publicitaires sur façade ne peuvent excéder 8 m² d'affichage utile et 10, 50 m² bordures comprises.

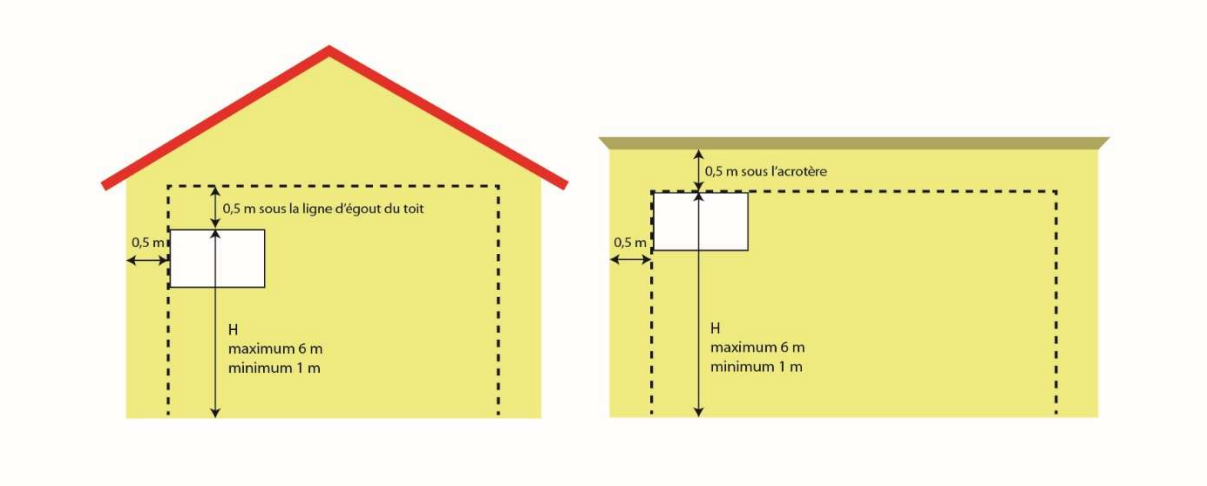
Les dispositifs publicitaires ne peuvent être apposés que sur une façade strictement aveugle et ce quel que soit la destination de l'occupation du bâtiment.

Les dispositifs publicitaires apposés sur façade doivent être implantés dans une bande de 10 m de profondeur à compter de la limite du domaine public.

Le dispositif doit être implanté à une hauteur maximum de 6 mètres et il ne peut être apposé à moins de 1m du niveau du sol. La hauteur est calculée du terrain naturel au sommet du dispositif pris au milieu du panneau.

Les formats en hauteur type « Chandelles », (hauteur supérieure à la largeur), sur murs étroits sont interdits.

Le dispositif doit être installé à 0,50 mètres en retrait des bords du mur, de toiture ou de tous éléments de constructions (angles, corniches, égout de toiture, acrotère...)



Le mur support devra être préalablement en parfait état d'entretien et maintenu comme tel notamment suite aux éclaboussures et aux coulures successives de colle.

Lorsqu'un mur supporte une ou plusieurs enseignes il ne peut recevoir de publicité.

Article 1.2.3 : Publicité scellée au sol

Seuls les dispositifs scellés au sol mono pied sont autorisés.

Les dispositifs ne peuvent être exploités que sur une seule face dans le sens de la circulation. Un habillage arrière est obligatoire, il doit être réalisé dans une couleur identique à celle du cadre.

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ne peuvent excéder 8 m² d'affichage utile et 10.50 m² moulures comprises.

Les assemblages de deux dispositifs scellés au sol ou plus sont interdits.

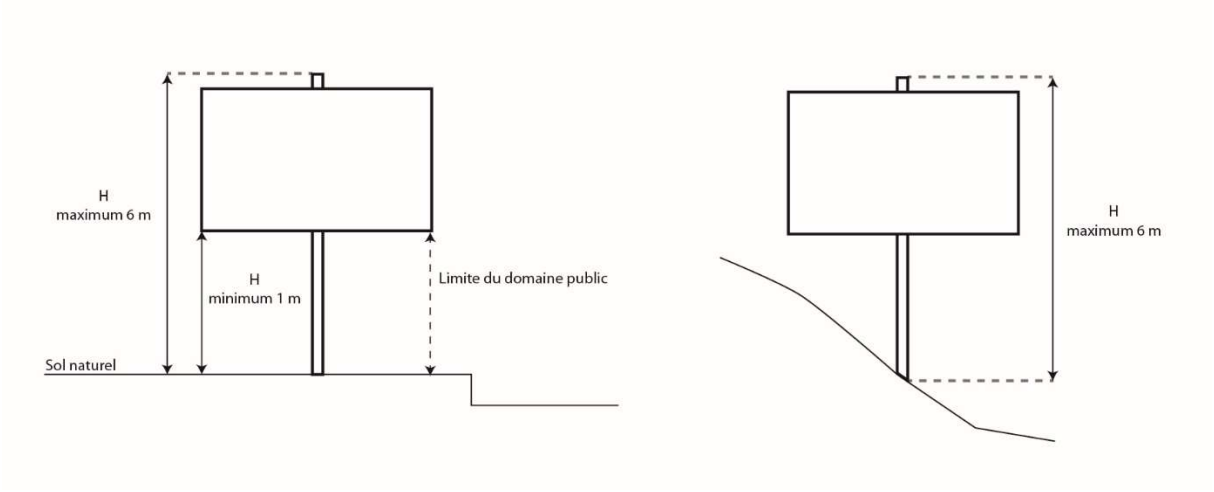
Les dispositifs doivent être implantés de façon strictement perpendiculaire à l'axe de la voie en bordure de laquelle ils sont installés et dans une bande de 10 m calculée par rapport à l'alignement de cette voie. Ils pourront être implantés à 45° par rapport à l'axe de la voie en fonction de contraintes liées au parcellaire ou au bâti.

Dans l'hypothèse où une même unité foncière concerne plus d'une voie, la règle de densité applicable à l'unité foncière est déterminée en fonction du linéaire présenté sur chacune des voies considérées, sans cumul des différents linéaires.

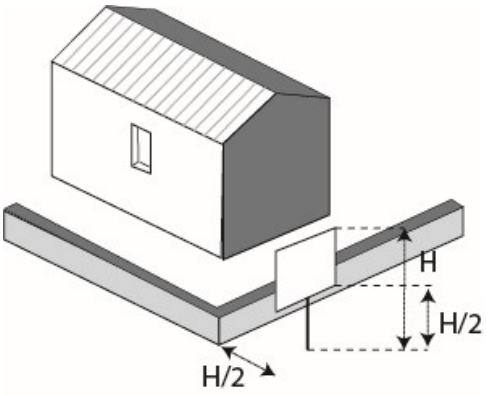
Pour l'application de la règle de densité publicitaire, lorsqu'une unité foncière située à l'angle de deux voies ouvertes à la circulation publique constitue un pan coupé, la longueur du pan coupé est ajoutée pour moitié au linéaire de chaque voie.

La hauteur des dispositifs publicitaires scellés au sol ne doit pas excéder 6 mètres avec une hauteur minimale du pied de 1 mètre par rapport au terrain naturel.

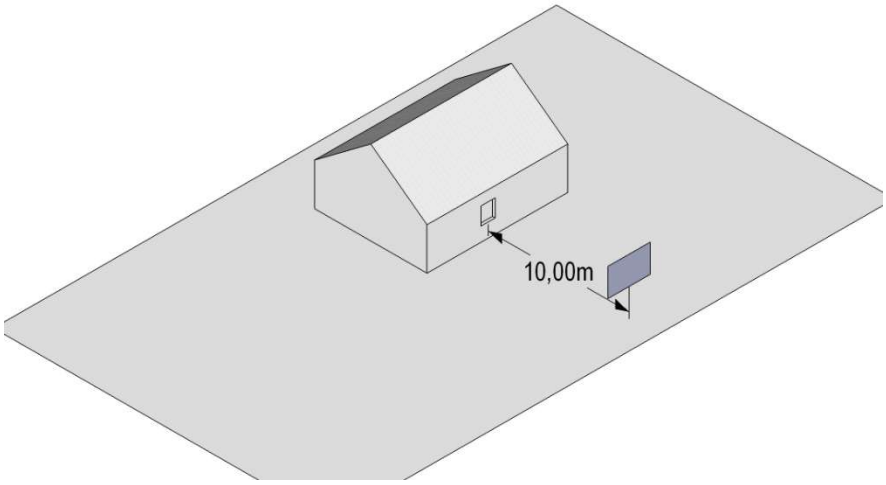
La hauteur se mesure par rapport au terrain naturel, au milieu du panneau.



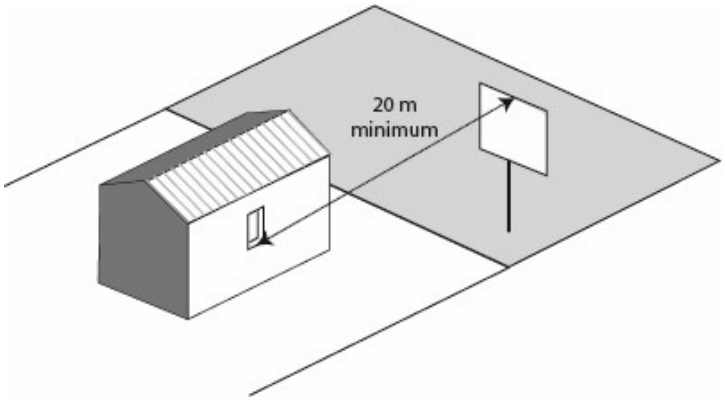
La distance horizontale de tout point d'un dispositif de publicité scellé au sol au point le plus proche de la limite séparative doit être au moins égale à la moitié de la différence d'altitude entre ces deux points.



Un dispositif publicitaire scellé au sol, ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur la même propriété. La distance horizontale se mesure de l'axe de la baie jusqu'à l'axe du panneau.



Un dispositif publicitaire, scellé au sol, ne peut être placé à moins de 20 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond voisin. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie prise au milieu de celle-ci jusqu'au point le plus haut du panneau.



Article 1.2.4 : Dispositions relatives aux dispositifs d'éclairages

Afin d'améliorer la qualité esthétique de ces dispositifs, les panneaux publicitaires scellés au sol ne peuvent pas recevoir de supports d'éclairage externe.

Article 1.2.5 : Publicité sur véhicules terrestres

La publicité sur véhicules terrestres est interdite dans les zones ou toute publicité est interdite. Dans les secteurs où la publicité est autorisée, les véhicules terrestres utilisés ou équipés aux fins essentielles de support à la publicité devront se conformer aux dispositions prescrites par l'article R 581-48 du code de l'Environnement.

La surface totale des publicités apposées sur chaque véhicule ne peut excéder 8 m².

Les publicités sur les véhicules de transport en commun, sur les taxis et sur les véhicules personnels ou professionnels lorsqu'ils ne sont pas utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires {ex : artisans, entreprises, etc.) ne sont pas réglementés par le RLP.

Article 1.2.6 : Publicité sur palissade de chantier

La publicité sur palissade de chantier n'est autorisée que sur palissade strictement aveugle. Les dispositifs publicitaires scellés au sol ne peuvent excéder 8 m² d'affichage utile et 10.50 m² moulures comprises.

Elle ne doit pas dépasser les limites de la palissade.

La partie supérieure du dispositif doit être implantée à une hauteur maximale de 6 mètres par rapport au sol.

S'il y a plusieurs dispositifs, ils doivent être de formats identiques et alignés. La distance minimale entre deux panneaux doit être égale à la hauteur du panneau par rapport au sol naturel.

La durée d'installation est limitée à la durée du chantier.

Elle est autorisée sur les filets d'échafaudage seulement pendant la durée du chantier.

La commune a le droit d'utiliser à son profit, comme support de publicité commerciale ou d'affichage libre défini à l'article L 581-13, les palissades de chantier lorsque leur installation a donné lieu à autorisation de voirie.

Article 1.2.7 Publicité sur mobilier urbain

La surface utile maximale du mobilier urbain est calculée selon le type de mobilier sans toutefois excéder 8 m² d'affichage utile et 10.50 m² moulures comprises.

Le côté accessoire de la publicité sur le mobilier urbain doit être strictement respecté en tenant compte notamment du sens de circulation, de la visibilité de l'information municipale et de son temps d'affichage.

Les dispositifs doivent être implantés de façon strictement perpendiculaire à l'axe de la voie en bordure de laquelle ils sont installés ou de manière exceptionnelle à 45° compte tenu de la configuration des lieux.

La hauteur des dispositifs ne doit pas excéder 6 mètres. La hauteur est calculée du terrain naturel au sommet du dispositif pris à l'axe du panneau.

Afin d'assurer correctement la circulation des piétons et des personnes à mobilité réduite, l'installation de tout type de mobilier urbain devra ménager un passage de 1.40m sur le trottoir sur lequel il est installé.

Dans les secteurs soumis à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France, le mobilier urbain pourra faire l'objet d'un redéploiement selon différents critères (valorisation du patrimoine, des espaces publics, de la sécurité des personnes, des cycles et des véhicules).

Le mobilier urbain d'information doit être éteint :

- entre 21 heures et 6 heures du 1er novembre au 31 mars
- entre 22 heures et 6 heures du 1er avril au 31 octobre

Après ces heures, seul le mobilier urbain, d'utilité (abri voyageurs, vélo cité), peut être éclairé et ce jusqu'à la fin de l'activité.

Article 1.2.8 : Publicité lumineuse et numérique

Les dispositifs publicitaires lumineux ou numériques sont assujettis aux mêmes règles d'implantation et de densité que les dispositifs publicitaires non lumineux définis aux articles 1.2.2 et 1.2.3 du présent chapitre.

Les dispositifs publicitaires lumineux ou numériques scellés au sol ne sont autorisés que dans les zones 3 et 4A du présent règlement et ne peuvent excéder 8 m², bordures comprises.

Les dispositifs publicitaires lumineux ou numériques apposés sur une façade sont autorisés dans la zone 2A, 3 et 4A du présent règlement et ne peuvent excéder 4 m² bordures comprises en zone 2A et 8 m² bordures comprises en zone 3 et 4A.

Les dispositifs publicitaires lumineux ou numériques doivent être éteints :

- entre 21 heures et 6 heures du 1er novembre au 31 mars
- entre 22 heures et 6 heures du 1er avril au 31 octobre

Après ces heures, seul le mobilier urbain d'utilité (abris bus, vélo cité) peut être éclairé et ce jusqu'à la fin de l'activité.

Afin d'éviter les éblouissements, les dispositifs publicitaires numériques sont équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante.

Les dispositifs publicitaires lumineux ou numériques doivent impérativement respecter l'arrêté du Maire de la ville de Besançon du 20/06/2017 portant sur la limitation de la luminance des dispositifs publicitaires lumineux ou rétro-réfléchissants.

1.3 : Dispositions relatives aux enseignes

Article 1.3.1 Autorisation d'enseigne

Conformément à l'article L 581-18 du Code de l'environnement qui dispose que : « Sur les immeubles et dans les lieux mentionnés aux articles L.581-4 et L.581-8, ainsi que dans le cadre d'un règlement local de publicité, l'installation d'une enseigne est soumise à autorisation.

Article 1.3.2 Surface d'une enseigne

Pour les enseignes en lettres et/ou signes découpé(e)s, la surface de l'enseigne est calculée sur la base du parallélogramme dans lequel s'inscrivent ces lettres et/ou signes.

Le panneau de fond ou de l'aplat de couleur se distinguant de la couleur de la façade d'un bâtiment et servant de support aux inscriptions doit être comptabilisé dans le calcul de la surface totale d'une enseigne.

Article 1.3.3 : Intégration des enseignes

Les enseignes doivent être uniquement constituées de matériaux durables**,** rigides et solides. Elles doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.

Les enseignes doivent être adaptées à la fois :

- aux caractéristiques des immeubles afin de ne pas en altérer le caractère
- aux caractéristiques des lieux où ces immeubles sont situés (respect des différentes typologies architecturales de bâti)

Plus globalement, les enseignes doivent s'intégrer à la façade et aux perspectives paysagères, de par leurs formes, leurs dimensions et leurs couleurs. La même charte graphique et les mêmes matériaux sont utilisés pour les enseignes appartenant au même établissement. Elles visent ainsi à adapter le signal à un cadre architectural et environnemental donné.

Les enseignes devront s'inscrire dans l'emprise du commerce, sans déborder sur les niveaux supérieurs. Pour les activités situées au-delà du rez-de-chaussée, seule une plaque professionnelle de dimension réduite (A4) sera autorisée. Lorsque plusieurs activités se situent dans le même immeuble, leurs enseignes ou et plaques professionnelles doivent être harmonisées en conception, en taille, en positionnement et en coloration.

Article 1.3.4 Suppression au terme de l'activité

L'enseigne est supprimée par la personne qui exerçait l'activité dans les trois mois suivant la cessation de l'activité. Il appartient donc à l'entreprise qui quitte les lieux de démonter ses enseignes et de remettre les lieux en état. A défaut, le propriétaire du bâtiment devra palier à la défaillance de son locataire.

Article 1.3.5 Systèmes interdits

Les drapeaux et tous autres mâts de pavoisement (kakémono) supportant une enseigne ou un logo.

Les enseignes clignotantes hors professions réglementées.

Les enseignes à faisceau de rayonnement laser.

Les enseignes sur les balcons, balconnets, clôtures non aveugles.

Article 1.3.6 Enseignes scellées au sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'une surface ≤ à 1m² sont interdites.

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'une surface > à 1m² sont autorisées si aucune des enseignes apposées sur l'une des façades du ou des bâtiments où s'exerce l'activité n'est visible d'une voie ouverte à la circulation publique. Seuls les établissements disposant d'une station de distribution du carburant en sus de leur activité principale peuvent bénéficier d'un dispositif pour afficher le prix des carburants.

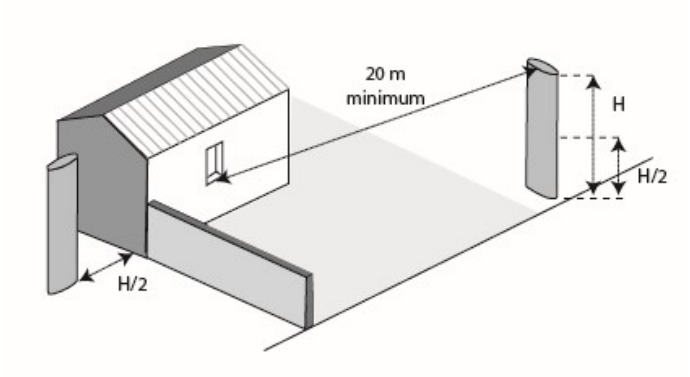
Seuls les dispositifs scellés au sol mono pied de type « totem » sont autorisés et seront implantés dans une bande de terrain de 10 mètres, calculée par rapport à l'alignement de la voie. Leur surface maximum sera de 2.50 m², leur hauteur maximum de 3.00 m et leur largeur maximum de 1.00 m

Les assemblages de deux enseignes scellées au sol ou plus sont interdits.

Les enseignes doivent être implantées de façon strictement perpendiculaire à l'axe de la voie en bordure de laquelle elles sont installées.

La distance horizontale de tout point d'une enseigne scellée au sol au point le plus proche de la limite séparative doit être au moins égale à la moitié de la différence d'altitude entre ces deux points.

Une enseigne scellée au sol, ne peut être placée à moins de 20 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond voisin. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie prise au milieu de celle-ci jusqu'au point le plus haut de l'enseigne.



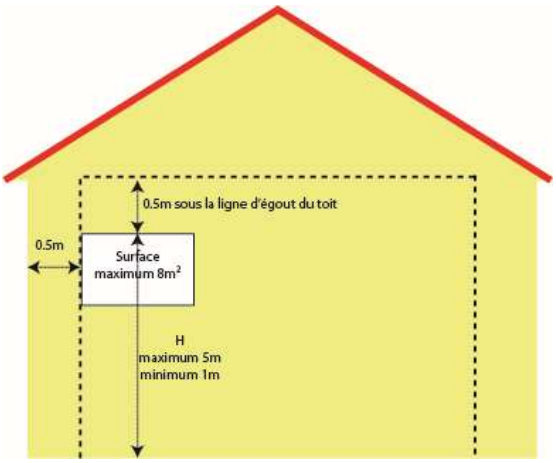
Article 1.3.7 Enseignes sur façade

L'enseigne doit être conçue de façon à tenir compte du bâtiment qui la supporte, de son aménagement et de son environnement. Elles ne devront pas dépasser les limites de la façade commerciale et respecteront l'architecture du bâtiment en tenant compte :

- Des accès aux immeubles d'habitation qui seront exclus du traitement.
- De la préservation et de la mise en valeur des caractéristiques de l'architecture de l'unité foncière dans laquelle elle s'insère.

Dans le cadre d'une activité sur plusieurs niveaux, il pourra être apporté des adaptations (en présence d'un projet d'ensemble).

Les enseignes murales ne peuvent dépasser les limites du mur sur lequel elles sont apposées. Elles ne peuvent le cas échéant, dépasser les limites de l'égout de toit.



Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne peuvent constituer par rapport au mur une saillie de plus de 0.25 mètre.

Article 1.3.8 Enseignes lumineuses ou numériques

Elles sont soumises aux mêmes règles de surface et de hauteur que les enseignes non lumineuses. Elles sont interdites en toiture.

Afin d'éviter les éblouissements, les enseignes lumineuses ou numériques sont équipés d'un système de gradation permettant d'adapter l'éclairage à la luminosité ambiante.

Les enseignes lumineuses ou numériques doivent respecter l'arrêté du Maire de la ville de Besançon, du 20/06/2017 portant sur la limitation de la luminance des dispositifs publicitaires lumineux ou rétro-réfléchissants.

Article 1.3.9 Enseignes en toiture

Des enseignes peuvent être installées sur des toitures ou sur des terrasses en tenant lieu dans les conditions fixées par le présent article.

Lorsque plusieurs activités sont exercées dans le même bâtiment, les enseignes en toiture sont interdites.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la totalité du bâtiment qui les supporte, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.

La hauteur des enseignes installées en toiture, ne peut excéder 1/5 de la hauteur du bâtiment qui la supporte sans excéder 3 mètres.

Article 1.3.10 Dispositions relatives aux dispositifs d'éclairage

Les enseignes apposées en façade ou en toiture, doivent être éteintes entre 23h00 et 6h00.

Afin d'améliorer la qualité esthétique de ces dispositifs, les enseignes scellées au sol ne peuvent pas être équipées de supports d'éclairage externe.

1.4 : prescriptions relatives aux enseignes temporaires

Les enseignes temporaires ont pour but d'annoncer :

- Des opérations exceptionnelles qui ont pour objet lesdits immeubles ou sont relatives aux activités qui s'y exercent.

- Des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique qui y ont lieu ou y auront lieu.

Ces dispositifs publicitaires, scellés au sol, ne peuvent excéder 8 m² d'affichage utile et 10.50 m² moulures comprises, avec un seul dispositif par voie ouverte à la circulation bordant le lieu de l'opération. Elles peuvent être scellées au sol ou apposées sur une façade.

Les enseignes pourront être mises en place trois semaines avant le début de l'opération qu'elle signale et devront être démontées une semaine après la fin de l'opération.

Tous les points de la réglementation nationale qui ne sont pas expressément modifiés par le présent règlement restent applicables de plein droit.

1.5 : Délimitation des zones de publicité réglementée

Quatre zones de publicité réglementée, dont certaines subdivisées en sous-zone pour un total de six secteurs, sont instituées couvrant ainsi l'ensemble du territoire de la commune de Besançon. Ces zones sont délimitées sur le plan ci-annexé. Les prescriptions relatives à chacune de ces zones figurent dans les dispositions communes (articles 1.3 à 1.6) et dans les dispositions spécifiques à chaque zone (Titres II à V).

Article 1.5.1 Zone de Publicité Réglementée n°1 (ZPR1) - Centre Ancien et patrimoine

Cette zone, matérialisée en jaune sur le plan annexé, concerne le Centre Ancien de Besançon et les zones de protection du patrimoine. Elle correspond :

- au périmètre du Site Patrimonial Remarquable englobant "Battant – quai Vauban" et "Centre Ancien"
- au site inscrit de Besançon
- aux sites classés au titre du Code de l'Environnement de la Grange-Huguenet, du cimetière des Chaprais, de la Roche d'Or, de l'île Malpas et du cône de vue sur la Citadelle depuis le parvis de la gare Viotte
- au Périmètre de Protection Modifié des Monuments Historiques.

Article 1.5.2 Zone de Publicité Réglementée n°2 (ZPR2) - Habitation, équipements et secteurs non bâtis

Cette zone est divisée en deux (A et B).

ZPR2A : Habitat dense et Equipement : matérialisée en rose saumon sur le plan annexé concerne l'intégralité des secteurs agglomérés dont le bâti a une vocation principale d'habitat hors ZPR1. Elle comprend donc, les extensions directes des centres anciens, les zones d'habitat collectif, les zones d'habitat pavillonnaire et les équipements culturels et sportifs.

ZPR2B : Habitat diffus et zones naturelles : matérialisée en violet, comprend tous les secteurs situés hors agglomération telle qu'elle est définie par le code de la route et par l'arrêté du maire du 29 juillet 2016 qui arrête les limites d'agglomération de Besançon. A ces secteurs, s'ajoutent certaines des zones agricoles et naturelles, qui se situent en périphérie de la commune.

Article 1.5.3 Zone de Publicité Réglementée n°3 (ZPR3) – Activités

Cette zone, matérialisée en beige sur le plan annexé au présent arrêté, regroupe les secteurs à forte vocation commerciale, de service, artisanal et industriel dont les bâtiments ont pour la plupart, une architecture adaptée à ce type d'activités.

Article 1.5.4 Zone de Publicité Réglementée n°4 (ZPR4) - Axes de circulation

Elle se divise en deux sous-zones A et B.

Les zones A et B s'étendent sur une largeur de 5 mètres à partir de la limite du domaine public de part et d'autre de la voie.

Cette zone de publicité réglementée comprend les principaux axes de circulation traversant l'agglomération de Besançon. Certains ont un calibre qui peut permettre l'implantation de dispositifs publicitaires scellés au sol grand format sans porter préjudice au patrimoine remarquable ou au paysage de la ville sous certaines conditions de densité.

Il s'agit :

- de la ZPR4A : axes à forte circulation, matérialisée en bleu, comprenant les zones où le calibre de la voie de circulation, l'environnement urbain et les éléments paysagers permettent l'installation de publicité scellée au sol.

- de la ZPR4 B entrées de ville, matérialisée en vert, regroupant les axes principaux d'entrées de ville.

Titre II

Prescriptions relatives à la Zone de Publicité Réglementée n°1 (ZPR1) - Centre ancien et patrimoine

2.1 : Prescriptions relatives à la publicité

Dans de le périmètre de la zone ZPR1 où la publicité est interdite conformément à l'article L581-8 du code de l'Environnement, et après consultation de l'Architecte des bâtiments de France, il est proposé de déroger à ce principe en autorisant la publicité sur les types de mobilier urbains suivants:

- Colonne « Morris » à la condition de n'annoncer que des spectacles ou des manifestations culturelles.
- Abris voyageurs, dans la limite de 2 m² d'affichage, plus 2 m² par tranche entière de 4,50 m² de surface abritée au sol.
- Mobilier Urbain Pour l'Information (M.U.P.I.) et sites de partage de vélos à la condition la surface supportant la publicité n'excède pas la surface totale réservées aux informations à caractère général ou local et dans la limite de 2 m².

2.2 : Prescriptions relatives aux enseignes

Article 2.2.1 Systèmes interdits

- Les enseignes sur toiture et terrasses tenant lieu de toiture.

- Les enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol y compris les stops-piétons.

- Tous les dispositifs dépassant le nu de la vitrine ou de la façade, à l'exception des enseignes sur auvent rétractable.

- Les enseignes numériques (enseignes en bandeau et apposées en drapeau).

- Les enseignes éclairées par transparence de type "caisson rétro éclairé" à l'exception des dispositifs type logo de 0,50 m² maximum et des lettres découpées de type boîtier rétro éclairé.

- Les enseignes lumineuses clignotantes à l'exception des pharmacies et des services d'urgence.

- Les néons périphériques soulignant la façade ou la vitrine des établissements, sauf périodes festives.

- Tout autre système que ceux mentionnés aux paragraphes 2.2.2 et 2.2.3 (banderoles, mats porte-drapeaux, structures gonflables…).

- Les vitrophanies et tous les adhésifs à caractère publicitaire sont interdits.

Article 2.2.2 Enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur

Trois catégories d'enseignes à plat sur façade sont autorisées :

1. **Les enseignes en bandeau**

- Sur façades en pierre apparentes : l'enseigne doit être réalisée en lettres découpées apposées directement sur les murs, en limitant le nombre de percements, ou en utilisant un support de type entretoise.

- Sur devanture en coffrage : l'enseigne doit être peinte directement sur le linteau ou exécutée en lettres découpées.

- La hauteur des lettres et signes composant l'enseigne en bandeau ne doit pas dépasser 0,30 m de haut sur une ligne d'écriture. Pour les majuscules en première lettre, une hauteur de 0,40 m peut être acceptée.

- Le nombre maximum d'enseignes en bandeau est d'un dispositif par voie ouverte à la circulation.

- Pour les activités situées uniquement en étage du bâtiment sur rue ou dans les bâtiments sur cour : seule une plaque professionnelle peut être apposée au rez-de-chaussée du bâtiment sur rue, dans la limite de 0,20 x 0,30 m par plaque, en tenant compte de la modénature de la façade de manière à conserver la lecture architecturale et patrimoniale de l'immeuble.

2. **Les enseignes sur auvent**

- Des enseignes sur auvents (bannes) sont admises en sus des enseignes apposées directement sur façade. Elles ne peuvent cependant occuper que la frange verticale des auvents (lambrequins). La hauteur des lambrequins supports de publicité ne doit pas dépasser 0.20 m.

3. **Autres dispositions**

- Les enseignes apposées à plat ne doivent pas recouvrir plus de 15% de la façade de l'établissement (baies vitrées comprises).

- Elles ne doivent pas dépasser les limites de la baie ou de la devanture de l'activité signalée.

- La partie supérieure de ces enseignes ne doit pas dépasser la partie basse des bandeaux filants ou de la corniche du premier niveau. A défaut de bandeau filant ou de corniches, la partie supérieure de ces enseignes ne soit pas dépasser l'appui des fenêtres du premier étage.

- La saillie maximale des enseignes est de 0,16 m par rapport au support, sauf pour les enseignes sur auvent.

- Les enseignes sur auvent rétractable (en position repliée) ne doivent pas dépasser une saillie de 0,25 m par rapport à la façade.

Article 2.2.3 Enseignes apposées perpendiculairement à un mur

- Une seule enseigne est autorisée par voie ouverte à la circulation.

- Les établissements sous licence (pharmacie, presse, tabac, loto, PMU...) peuvent disposer d'une enseigne supplémentaire par façade, spécifique à l'une de ces activités, ou commune.

- La partie supérieure de ces enseignes ne doit pas dépasser le bandeau filant ou la corniche du premier niveau.

- Ces dispositifs ont une surface maximale de 0,50m^2 et une épaisseur de 0,12m. Cette taille peut être adaptée sur la base d'un projet cohérent avec le cadre de vie et architectural de la ZPR1.

- Les enseignes situées à moins de 3 mètres de haut auront une saillie maximum de 0,16 m. Au-dessus de 3,00 mètres de haut, cette saillie sera de 0,80 m au maximum en respectant un recul de 0,50 m par rapport à l'aplomb de la bordure du trottoir.

- Les enseignes sont situées à l'aplomb de la partie commerciale du rez-de-chaussée. Elles sont interdites au-dessus des entrées d'immeubles.

Titre III

Prescriptions relatives à la Zone de Publicité Réglementée n°2 (ZPR2) divisée en 2 sous zones :

- **ZPR 2A : Habitat dense et équipements**

- **ZPR 2B : Habitat diffus et zones naturelles**

3.1 : Prescriptions relatives à la publicité

Dans le périmètre de la ZPR 2A :

- Les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits.
- Les dispositifs publicitaires, non lumineux, apposés sur une façade sont autorisés, la surface de ceux-ci n'excèdera pas 8 m² d'affichage utile et 10.50 m² moulures comprises.
- Les dispositifs publicitaires lumineux apposés sur une façade sont autorisés ; la surface de ceux-ci n'excédera pas 4 m².

Dans les périmètres de la ZPR 2 B :

- La publicité est interdite sous toutes ses formes y compris sur le mobilier urbain.

3.2 : Prescriptions relatives aux enseignes

Article 3.2.1 Systèmes interdits

- Les enseignes sur toiture et terrasses tenant lieu de toiture, sur balcon ou devant une clôture non aveugle.

- Les enseignes lumineuses clignotantes ou animées à l'exception des professions réglementées.

- Les enseignes éclairées par transparence de type "caisson rétro éclairé" à l'exception des dispositifs type logo de 0,60 m² maximum et des lettres découpées de type boîtier rétro éclairé.

- Les néons périphériques soulignant la façade ou la vitrine des établissements, sauf périodes festives.

- Tout autre système que ceux mentionnés aux paragraphes 3.2.2 à 3.2.4 (banderoles, mats porte-drapeaux, structures gonflables…).

Article 3.2.2 Enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur

Trois catégories d'enseignes à plat sur façade sont autorisées :

Les enseignes en bandeau

- la hauteur du bandeau support sur lequel s'inscrivent les lettres est limitée à 1m. La hauteur des lettres composant l'enseigne en bandeau ne doit pas dépasser 0,5m de haut.

- il est autorisé une enseigne en bandeau maximum par façade d'établissement (pans coupés compris) sur les murs de façade surplombant la ou les vitrines, plus un dispositif pour les façades supérieures ou égales à 10m linéaires.

Les enseignes sur auvent

- Des enseignes sur auvents (bannes) sont admises en sus des enseignes apposées directement sur façade. Elles ne peuvent cependant occuper que la frange verticale des auvents (lambrequins). La hauteur des lettres est limitée à 0,3 m.

Autres dispositions

- les enseignes apposées à plat ne doivent pas recouvrir plus de 15% de la façade de l'établissement (baies vitrées comprises).

- la partie supérieure de ces enseignes ne doit pas dépasser les appuis des fenêtres du premier étage, sauf si l'activité commerciale ouverte au public occupe les étages supérieurs. Dans ce cas, seules les enseignes sur auvent ou vitrine sont tolérées.

Article 3.2.3 Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Voir dispositions générales

Les enseignes scellées au sol ne doivent comporter que le logo, le nom et les coordonnées de l'entreprise qui exerce l'activité. Les établissements disposant d'une station de distribution du carburant en sus de leur activité principale peuvent afficher le prix des carburants sur leur enseigne scellée au sol.

Article 3.2.4 Enseignes apposées perpendiculairement à un mur

- Une seule enseigne est autorisée par façade d'établissement. Celle-ci est située dans l'emprise de la partie commerciale du rez-de-chaussée. Elle est interdite au-dessus des entrées d'immeubles.

- Les établissements sous licence (presse, tabac, loto, PMU) peuvent disposer d'une enseigne supplémentaire par façade, spécifique à l'une de ces activités, ou commune.

- Ces dispositifs ont au maximum une surface de 0,80m^2 et une épaisseur de 0,12m.

- Les enseignes situées à moins de 3m de haut auront une saillie maximum de 0.16m.

Au-dessus de 3m de haut, cette saillie sera de 0.80 m au maximum en respectant un recul de 0.50m par rapport à l'aplomb de la bordure du trottoir.

- La partie inférieure de l'enseigne doit être positionnée à une hauteur minimum de 2,50 m par rapport au sol sauf dispositions particulières du règlement de voirie.

- La partie supérieure de ces enseignes ne doit pas dépasser les appuis des fenêtres du premier étage, sauf si l'activité du rez-de-chaussée s'exerce dans les étages.

Titre IV

Prescriptions relatives à la Zone de Publicité Réglementée n°3 (ZPR3) - Activités

4.1 : Prescriptions relatives à la publicité

- Les dispositifs publicitaires apposés sur une façade sont interdits.
- Les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits sur les parcelles dont la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 50 mètres.
- Un dispositif publicitaire scellé au sol est autorisé sur les parcelles dont la longueur de l'unité foncière bordant la voie publique est compris entre 50 m et 80 m. Il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 100 m au-delà de la première ; ces dispositifs devront respecter une inter-distance de 50 m minimum.
- Les dispositifs publicitaires scellés au sol doivent être éloignés d'au minimum 50 m par rapport à l'accès d'un parking commercial.

4.2 : Prescriptions relatives aux enseignes

Article 4.2.1 Systèmes interdits

- Tout autre système que ceux mentionnés aux paragraphes 4.2.2 à 4.2.4 ci-dessous (banderoles, structures gonflables, y compris sur supports mobiles).

Article 4.2.2 Enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur

- Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés.
- Les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.
- La même charte graphique et les mêmes matériaux sont utilisés pour les enseignes à plat et appartenant au même établissement.
- Le bord des enseignes en relief est implanté à au moins 0,50 m du bord du mur support.

Article 4.2.3 Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol

Se reporter à l'article 1.3.6 des dispositions générales

- Les établissements disposant d'une station de distribution du carburant en sus de leur activité principale peuvent en outre bénéficier d'un dispositif pour afficher le prix des carburants.

Titre V

Prescriptions relatives à la Zone de Publicité Réglementée n°4 (ZPR4) - Entrées de Ville et Axes de circulation

5.1 : prescriptions relatives à la publicité

Dans le périmètre de la ZPR 4A :

Les dispositifs scellés au sol doivent se conformer aux règles de densité suivantes :

- Les dispositifs publicitaires scellés au sol sont interdits sur les parcelles dont la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure à 50 m.

- Un dispositif publicitaire scellé au sol est autorisé sur les parcelles dont la longueur de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique est compris entre 50 m et 80 m. Il peut être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 100 m au-delà de la première ; ces dispositifs devront respecter une inter-distance de 50 m minimum.

Dans le périmètre de la ZPR 4B :

Tous les dispositifs publicitaires sont interdits, y compris la publicité sur le mobilier urbain

5.2 : Prescriptions relatives aux enseignes

La réglementation applicable aux enseignes est celle applicable à la zone de publicité dans laquelle est située la voie.

Titre VI

Dispositions finales

6.1 : Généralités

La mise en conformité des dispositifs en place avec les dispositions du présent règlement doit intervenir dans le délai fixé par l'article L 581-43 et R 581-88-1 du code de l'environnement à compter de la dernière date de publication du présent règlement.

- Implantation des enseignes antérieure à la date de publication du RLP : opposable 6 ans après son entrée en vigueur.
- Implantation des enseignes postérieure à la date de publication du RLP : opposable immédiatement.
- Implantation des dispositifs publicitaires antérieure à la date de publication du RLP : opposable 2 ans après son entrée en vigueur
- Implantation des dispositifs publicitaires postérieure à la date de publication du RLP : opposable immédiatement.

A défaut, des sanctions administratives et pénales prévues par le Code de l'Environnement - partie législative – seront engagées à l'encontre des contrevenants.

Règlement Local de Publicité

RLP

Afficher autrement, communiquer mieux

Révision du RLP arrêté

le 16 décembre 2019

DOSSIER 1 :

RAPPORT DE PRESENTATION

Sommaire

PREAMBULE **3**

INTRODUCTION **5**

PARTIE 1 - BESANÇON ET SES TERRITOIRES **10**

1. BESANÇON : « VILLE VERTE » 10

1.1. Un patrimoine naturel dense *10*

1.2 Une qualité paysagère reconnue 13

2. BESANÇON : « VILLE D'INTERET HISTORIQUE MAJEUR » 15

3. BESANÇON : VILLE A FORTE DENSITE PUBLICITAIRE 16

PARTIE 2 : ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DE LA VILLE DE BESANÇON **22**

1. RAPPEL DE LA REGLEMENTATION NATIONALE EN VIGUEUR 22

2. LES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS DE LA VILLE DE BESANÇON 25

2.1. Besançon : des arrêtés du Maire de 1983 et 1986 qui apparaissent comme dépassés *25*

2.2 Les enjeux de la révision du RLP bisontin *27*

PARTIE 3 – LES CHOIX RETENUS PAR LA VILLE DE BESANÇON **31**

1. LA ZPR1 : PROTEGER LE PATRIMOINE 32

2. LA ZPR2 : PROTEGER LE CADRE DE VIE 35

2.1. ZPR2 A : habitat et équipement *35*

2.2. ZPR2 B : zones hors-agglomérations, naturelles et habitat diffus *36*

3. LA ZPR3 : DYNAMISER LES ACTIVITES 37

4. LA ZPR4 : PROTEGER LES ENTREES DE VILLE ET GARANTIR LA QUALITE PUBLICITAIRE SUR LES GRANDS AXES 38

Préambule

Conformément à l'article L581-14 du code de l'environnement, *« L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues à l'article L. 581-9. Sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13, le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national. (…) »*
Depuis la loi Grenelle II du 12 juillet 2010, il appartient désormais à la commune ou l'EPCI compétent en matière de PLU d'élaborer le RLP et de le faire conformément à la procédure applicable aux PLU. L'idée est de se diriger vers une simplification et une sécurisation de la procédure.

De plus, comme le dispose l'article L 581-14-1 de ce même code, *« le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 123-13-3 et des dispositions transitoires de l'article L. 123-19 du même code ».*

Le règlement local de publicité est un document réglementaire opposable aux tiers, qui adapte les règles nationales en matière de publicité extérieure, d'enseignes et de préenseignes au niveau local. Il doit prescrire toutefois des règles plus restrictives ou au moins conformes par rapport à la réglementation nationale en vigueur.

Il *« comprend au moins un rapport de présentation, une partie règlementaire et des annexes »*, contenu minimal fixé par l'article R 581-72 du code de l'environnement.

Enfin, comme le dispose l'article R 581-73 du code de l'environnement *« le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs. »*

Rédigé pour être accessible à tous, afin que chacun puisse trouver à sa lecture les éléments d'information qui lui permettront de comprendre les orientations développées encadrant la publicité extérieure, le rapport de présentation du Règlement Local de Publicité s'inscrit en cela dans la logique d'information et de concertation avec différents acteurs qui a guidé son élaboration.

Le rapport de présentation du Règlement Local de Publicité de Besançon est conçu en trois parties :

- La première développe les principales caractéristiques de la ville de Besançon notamment en termes de patrimoine géographique et historique. Elle pose également le diagnostic de la ville en matière publicitaire.

- La deuxième partie rappelle la réglementation nationale en vigueur relative à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes et expose les orientations et objectifs poursuivis par la ville de Besançon justifiant l'élaboration de ce Règlement Local de Publicité.

- La troisième partie explique les choix retenus, à travers les orientations et objectifs, de la Ville de Besançon.

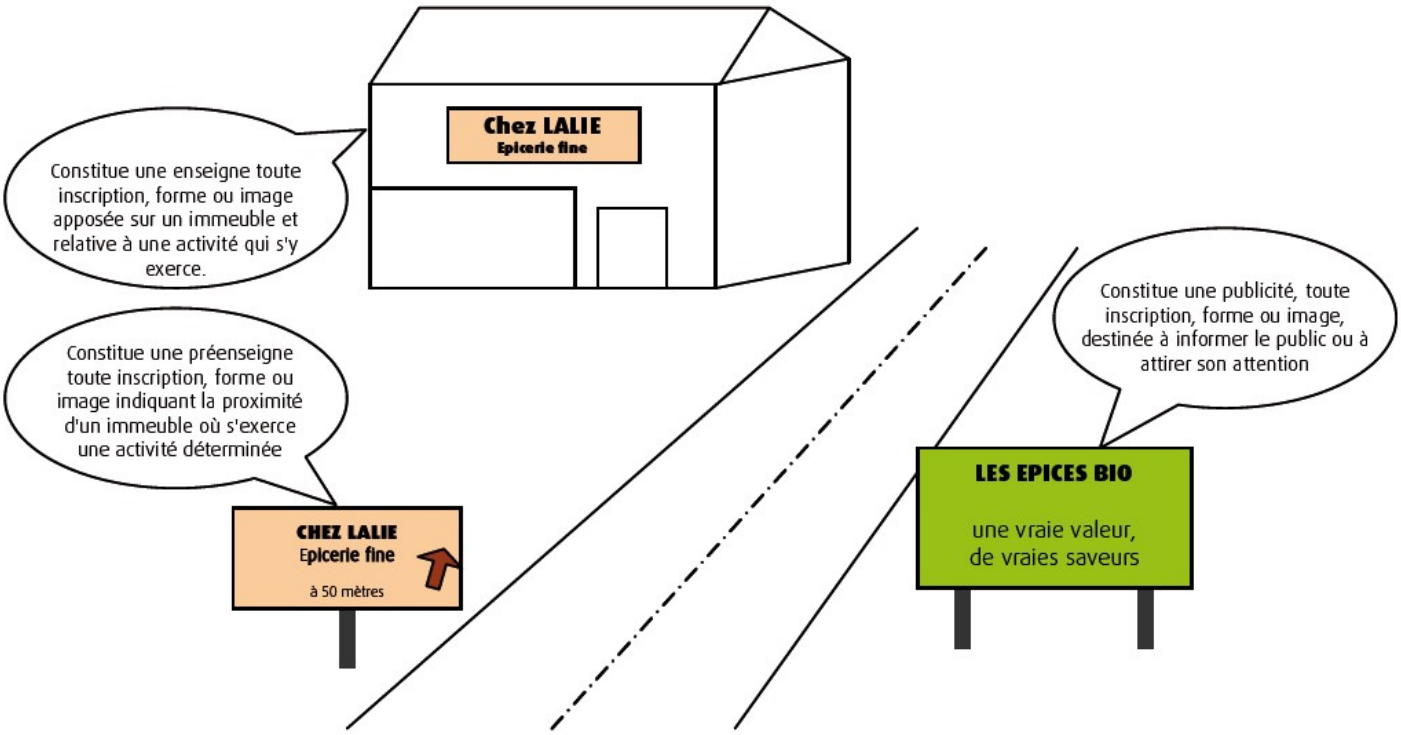
Introduction

«La publicité ne sera définitivement accueillie même si elle n'est qu'éphémère, qu'à partir du moment où elle sera intégrée à la ville. Elle doit donc être attrayante et organisée au lieu d'être agressive et omniprésente». Cette citation de Michel d'Ornano, ancien homme politique français, illustre parfaitement les problématiques paysagères qui se posent aujourd'hui lorsque la publicité extérieure n'est pas précisément réglementée.

La publicité extérieure, les enseignes et les préenseignes, réglementées dans le cadre d'un Règlement Local de Publicité (RLP) comprennent les publicités, les enseignes et les préenseignes visibles d'une voie ouverte à la circulation publique[1]. On peut y ajouter le mobilier urbain, qui peut supporter de la publicité dans les cas strictement fixés par la loi. Ces différents termes renvoient à des dispositifs distincts qui sont définis comme suit dans le Code de l'Environnement :

- *« Constitue une publicité, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités »* selon l'article L581-3 du code de l'environnement.
- *« Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce »* selon l'article L581-3 du code de l'environnement.
- *« Constitue une préenseigne toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminé »* selon l'article L581-3 du code de l'environnement.
- « *Le mobilier urbain installé sur le domaine public peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies au présent paragraphe, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence»* selon l'article R581-26 du code de l'environnement. Il est composé de différents types de supports (articles R581-26 à R581-31 du code de l'environnement) dont les plus courants sont les abris-voyageurs et le mobilier destiné à des informations non publicitaires à caractère général ou local ou à des œuvres artistiques.

[1] Définition de cette notion en annexe - Lexique



Croquis représentatif - Source: Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie

La demande sociale de paysages exprimée, depuis une trentaine d'années, par les populations conduit les collectivités territoriales compétentes en matière d'urbanisme à prendre davantage en compte les problématiques paysagères dans leurs choix d'aménagements du territoire. Le paysage et plus généralement le cadre de vie constituent des aménités valorisantes pour les communes et les habitants. Si l'amélioration du cadre paysager du territoire constitue un objectif pour la plupart des acteurs territoriaux, la dynamisation économique demeure un enjeu tout aussi important. Il apparaît ainsi nécessaire de concilier ces deux objectifs que sont la maîtrise de la publicité conformément à la réglementation nationale en vigueur et la préservation du dynamisme économique présent sur le territoire. A ce titre, il semble utile de souligner que l'amélioration esthétique et paysagère d'un territoire peut le rendre plus attractif et ainsi devenir un réel atout pour le commerce et l'industrie.

Les communes du Grand Besançon se sont ainsi engagées, de manière volontariste dans une démarche de réflexion dès 2007 afin de maîtriser la publicité extérieure, rendre compte de la qualité paysagère de leur territoire et garantir un cadre de vie agréable à leurs habitants. Au départ engagée dans un projet intercommunal chacune doit aujourd'hui élaborer son propre

document conformément à la procédure du PLU et ce depuis l'entrée en vigueur de la loi Grenelle II.

Un travail de diagnostic a donc été entrepris à une échelle intercommunale et a mis en évidence la place importante de l'affichage publicitaire dans l'agglomération. L'excès des messages tend parfois à rendre difficile leur lecture et dégrade la qualité patrimoniale et paysagère du Grand Besançon.

Cette étude menée à l'échelle de la CAGB a soulevé de réels contrastes entre les différentes communes du Grand Besançon, ce qui a permis d'identifier différents secteurs :

- des secteurs préservés avec peu de dispositifs ou des dispositifs globalement bien intégrés au contexte paysager,

- des secteurs dégradés où l'on est en présence de dispositifs mal intégrés à leur contexte paysager avec des inter distances entre les publicités souvent inférieures à cent mètres,

- des secteurs très dégradés qui sont des espaces caractérisés par une omniprésence de la publicité extérieure du fait de dispositifs géants et/ou d'inter distances entre publicités souvent inférieures à cinquante mètres. Le terme de secteur dégradé s'entend du point de vue de la publicité extérieure uniquement.

Cette première phase, conduite en 2008 par le Grand Besançon, dans le cadre de sa compétence « requalification des entrées de villes et itinéraires principaux d'agglomération » et conformément aux objectifs de la Charte d'Environnement, a montré l'insuffisance de la réglementation nationale mais aussi des deux arrêtés du maire de 1983 et 1986 relatifs à la ville de Besançon pour assurer la maîtrise et l'harmonie des dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes au regard de l'objectif d'amélioration du cadre de vie.

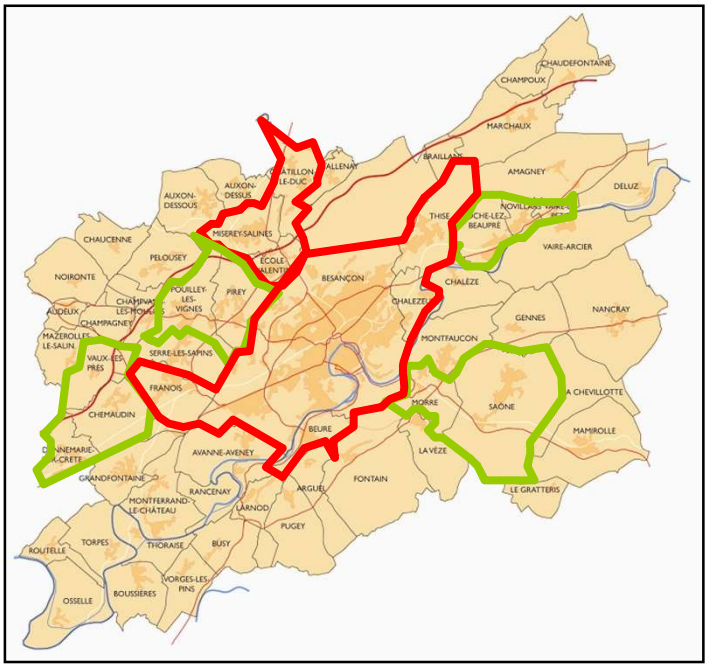
La démarche entreprise par la CAGB s'est également inscrite dans une volonté d'uniformiser la réglementation le long des principaux axes pénétrants dans le Grand Besançon afin d'éviter les effets de report des supports publicitaires d'une commune sur une autre.

Ces secteurs (entrées de ville, axes de transit à grande circulation, zone d'activités, centres historiques…) ont un caractère stratégique pour l'image de Grand Besançon Métropole et pour

la qualité du cadre de vie de ses habitants. Ces secteurs font, pour la plupart, l'objet d'une forte concentration des dispositifs de publicité extérieure.

Les projets de Règlement Local de Publicité, engagés dans ce contexte visaient à harmoniser l'aspect et le nombre des dispositifs publicitaires en fonction de groupe de communes présentant les mêmes enjeux paysagers. Deux grandes orientations ont été proposées :

- l'une aux communes périphériques (Novillars / Roche lez Beaupré / Vaire le Petit ; Morre / Saône ; Pirey / Pouilley les Vignes ; Dannemarie sur Crête / Chemaudin / Vaux-les-Prés)
- l'autre aux communes dites urbaines (Besançon / Thise / Chalezeule / Beure ; Ecole Valentin / Châtillon le Duc / Miserey Salines)



Communes «centres » :

Besancon / Beure / Thise / Chalezeule/ Franois Ecole-Valentin / Chatilllon-le-Duc / Miserey-Salines

Communes «périphériques» :

Vaire-le-Petit / Novillars / Roche-lez-Beaupré/ Pirey / Pouilley-les-Vignes / Dannemarie-sur-Crête / Chemaudin /Vaux-les-Prés / Morre / Saône

Une première phase d'étude, aujourd'hui achevée, a permis de dégager plusieurs propositions d'actions :

- affirmer l'identité et l'image du territoire,
- protéger le patrimoine face à la pression publicitaire,
- protéger le paysage urbain même s'il n'est pas classé,
- valoriser les entrées de ville,
- redynamiser économiquement les grandes zones commerciales.

L'urbanisation de nouveaux sites, les transformations du réseau viaire, l'évolution des supports publicitaires et plus globalement du cadre de vie encouragent généralement les pouvoirs publics à revoir leurs règlements locaux de publicité. Suite au constat posé par la CAGB,

plusieurs communes ont ainsi décidé d'élaborer ou de revoir leur RLP. C'est le cas de la ville de Besançon qui, dans une **délibération du 22 mars 2012**, a ouvert une concertation préalable sur ce sujet, puis un débat sur les orientations générales de ce RLP au sein de ce même Conseil Municipal le **13 décembre 2012**. Cette concertation et les études ont débouché sur le présent Règlement Local de Publicité dont la procédure est maintenant suivie par Grand Besançon Métropole suite au transfert de compétence et depuis que le Conseil Municipal l'ait demandé lors de la séance du 8 mars 2018.

Toutefois, si ce document encadrant l'affichage publicitaire doit s'établir pour chaque commune et ne couvrir que le territoire communal, la démarche entreprise par la CAGB demeure puisqu'une harmonisation globale sur l'ensemble du territoire du Grand Besançon est attendue et, c'est dans ce cadre que Grand Besançon Métropole a décidé de prescrire l'élaboration du RLPi qui couvrira l'ensemble du territoire de la communauté urbaine. Ce raisonnement à une échelle plus globale est également souligné par la réglementation nationale qui fait bien une distinction entre les unités urbaines de plus de 100 000 habitants et les autres unités urbaines de moindre taille. Par conséquent, nous pouvons facilement constater que les règles ne s'appliquent pas seulement sur le fondement des caractéristiques propres à la commune mais également sur ceux relatifs à l'unité dans laquelle elle appartient. Il y a donc bien recherche d'une harmonisation générale entre communes intégrant un même territoire intercommunal.

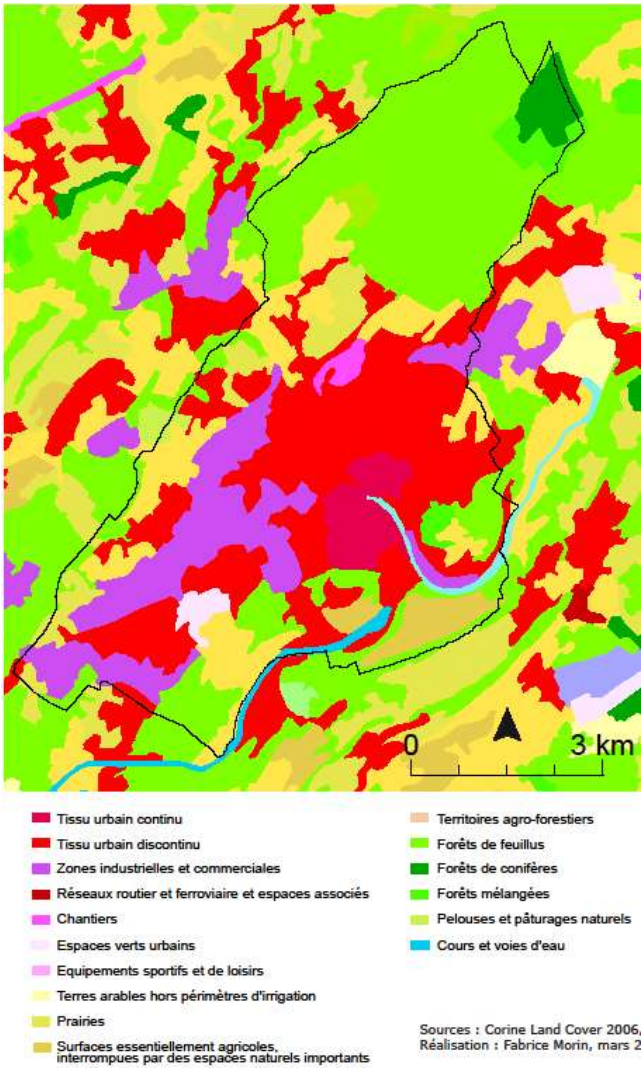
Aussi, la démarche intercommunale est de nature à redynamiser de la même façon les zones commerciales du Grand Besançon grâce à une uniformisation des règles entre les communes concernées.

Si le Conseil communautaire envisageait de valider des principes identiques à toutes les communes sous la forme d'une charte permettant une harmonisation communautaire de la publicité locale, les éléments de cette charte seront repris à terme dans le RLPi.
Dans l'attente de ce document, ces principes sont repris dans le règlement local de publicité de chacune des communes. Cette démarche démontre qu'il y a effectivement un intérêt à ce qu'une réflexion d'ensemble soit conduite sur les axes structurants ou certains types de zones au sein d'une même agglomération (axes routiers, entrées de ville, zones commerciales, etc.).

Partie 1 - Besançon et ses territoires

1. Besançon : « ville verte »

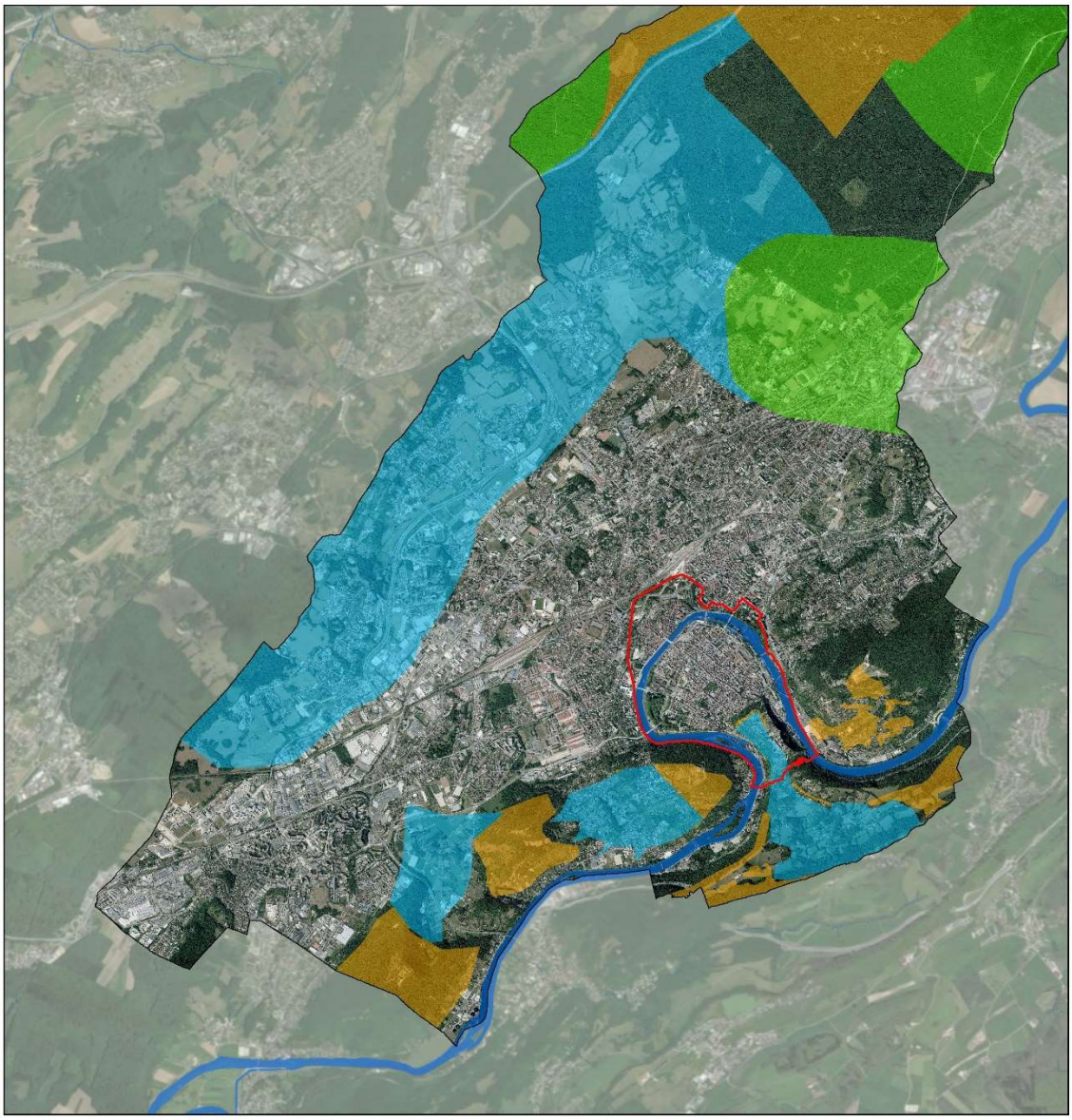
1.1. Un patrimoine naturel dense



Cette partie vise à replacer le contexte bisontin. Pour plus d'informations sur ce sujet il est possible de se reporter à l'état initial de l'environnement du Plan Local d'Urbanisme (PLU).

La Ville de Besançon a obtenu à plusieurs reprises le titre de ville où « il fait bon vivre » grâce non seulement aux services qu'elle propose mais également de par son environnement naturel qu'elle a su maintenir et continue de préserver offrant un cadre de vie agréable à ses habitants. En effet, le territoire communal occupe une surface de 65 km², superficie équivalente aux villes de Nantes ou Montpellier, supérieure à celle de Lyon, Bordeaux ou Lille. Ces dernières ont pourtant des populations nettement plus importantes que Besançon qui compte 116 775 habitants au recensement de 2018.

L'organisation semi concentrique de la ville appuyée sur les premiers reliefs du massif du Jura, lui donne la forme d'un amphithéâtre dont les portes s'ouvrent de chaque côté de la vallée du Doubs (vers Lons-le-Saunier et Belfort), et vers les plateaux vallonnés en suivant les axes principaux vers Dole, Gray et Vesoul.



Trame Verte et Bleue issue du Schéma Régional de Cohérence Ecologique

Corridor régional potentiel à préserver

Corridor régional potentiel à remettre en bon état

Réservoir régional de biodiversité

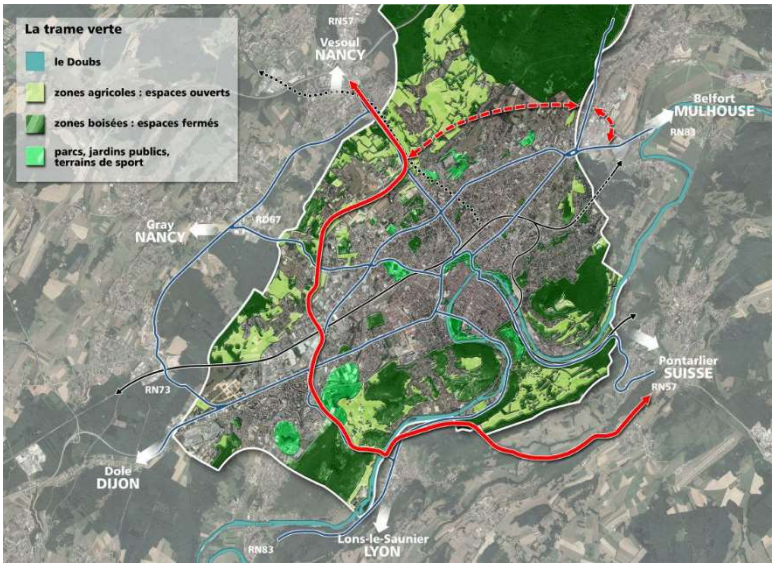
Site Patrimonial Remarquable

Le patrimoine naturel remarquable formé par la vallée du Doubs et son réseau de collines, la forêt de Chailluz, le marais de Saône, les forêts et boisements périurbains et les espaces agricoles, constitue son infrastructure verte.

Dans le rapport de présentation du PLU de Besançon cette qualité de ville verte est également soulignée. Il est en effet écrit : « La moitié seulement des 6 500 hectares bisontins est urbanisée. Le reste étant couvert de 2000 ha de forêts, 200 ha de parcs, squares et jardins familiaux, 479 ha d'espaces agricoles, sans compter les 65 ha d'espaces sportifs, les 8 000 arbres d'alignement ou encore les 21 km des rives du Doubs, auxquels s'ajoutent les pelouses sèches, les mares, et la mosaïque de milieux des collines. On se rend compte, au vu de ces quelques chiffres, que la ville dispose d'espaces de loisirs et d'un patrimoine naturel important et attractif. Cette situation est rare parmi les agglomérations françaises, qui ont urbanisé progressivement leur périphérie sans conserver un potentiel d'espaces naturels de cette importance à proximité, et même au cœur des centres.

C'est un atout considérable pour l'avenir qui donne un caractère original et très moderne à la capitale régionale ou se conjuguent cœur historique, quartiers nouveaux et espaces naturels de qualité.

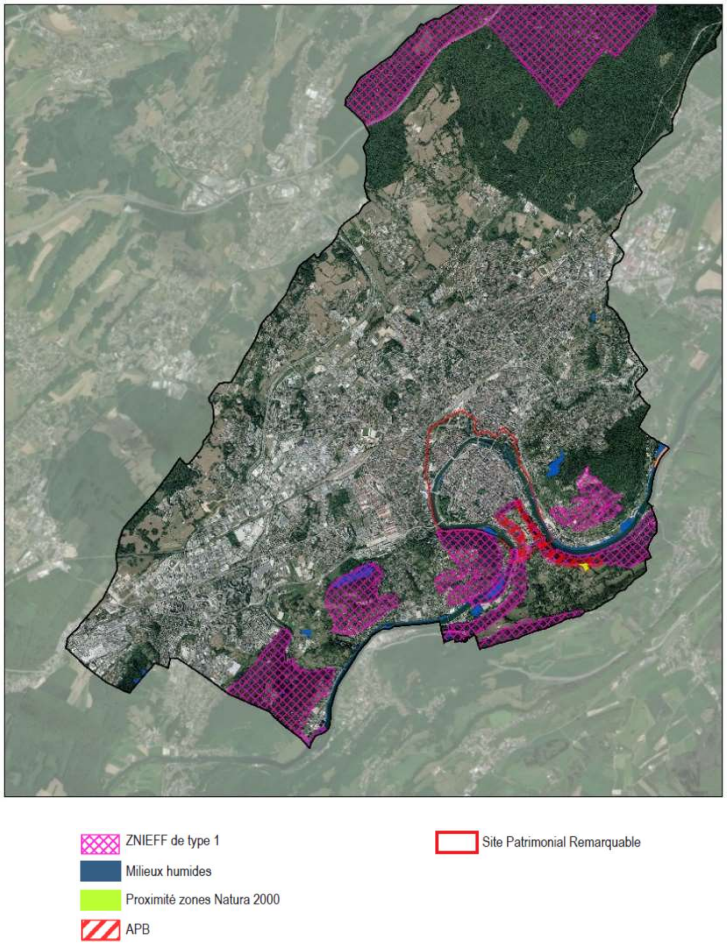
Besançon et son agglomération ont la chance d'avoir un patrimoine naturel important, à proximité des citoyens et même au cœur du bâti. Le site des collines et de la vallée du Doubs participe à cette infrastructure verte et est un lieu rare qui doit retrouver toute sa richesse d'exception. Ce paysage, articulé autour du Doubs, véritable colonne vertébrale, relativement vierge de tout aménagement, car longtemps gelé par le projet de canal à grand gabarit Rhin-Rhône, devient une zone d'enjeu qui ne doit pas se banaliser mais qui doit au contraire bénéficier de choix pertinents pour retrouver et conserver son état de référence.



1.2 Une qualité paysagère reconnue

Besançon dispose d'un patrimoine naturel réel comme cela a pu être évoqué ci-dessus. Afin d'être protégé et mis en valeur du mieux possible, différents instruments existent et permettent à ce patrimoine naturel d'intérêt écologique véritable d'être reconnu comme tel.
Le territoire intégré dans un périmètre de sensibilité environnementale (ZNIEFF, Milieux humides, APB, …) représente 1215 ha sur Besançon.

Les périmètres de sensibilité environnementale sur Besançon



→ Les Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique Faunistique et Floristique (ZNIEFF)

Une ZNIEFF se définit par l'identification scientifique d'un secteur du territoire particulièrement intéressant du point de vue écologique. L'ensemble de ces secteurs constitue ainsi l'« inventaire des espaces naturels exceptionnels ou représentatifs » au niveau national. On distingue deux types de ZNIEFF: les types 1 et 2, le second inventoriant de grands ensembles naturels plus vastes que le premier.

ZNIEFF de type 1

Les ZNIEFF de type 1 à Besançon représente des secteurs d'une superficie en général limitée, caractérisés par la présence d'espèces ou de milieux rares, remarquables, ou caractéristiques du patrimoine naturel national ou régional. Ces zones sont particulièrement sensibles à des équipements ou à des transformations même limitées.

ZNIEFF de type 2

La ZNIEFF de type 2 concerne la moyenne vallée du Doubs. Elle touche que très partiellement la commune de Besançon. Cette ZNIEFF, occupant une vaste surface, constitue un grand ensemble naturel riche et offre des potentialités biologiques importantes. Il s'agit là d'une grande unité géographique dont les équilibres généraux environnementaux doivent être maintenus

→ **Les Arrêtés Préfectoraux de Protection de Biotope (APB)**

L'arrêté de biotope est un outil dont l'objectif est la préservation de l'habitat, le biotope, nécessaire à l'alimentation, la reproduction ou la survie d'une espèce protégée. C'est donc avant tout un outil de protection des espèces et non de l'espace mais l'objectif de protection des espèces se réalise par des mesures tendant à favoriser la conservation de biotopes tels que mares, marécages, marais, haies, landes, pelouses et autres formations naturelles. L'APB vise la protection du milieu lui-même et non des espèces qui y vivent.

→ **Les sites classés :**

C'est une mesure de protection renforcée des Monuments Naturels et des Sites. Le classement s'applique aux sites dont la conservation est nécessaire car ils présentent des qualités indéniables d'un point de vue paysager, artistique, historique, etc. Ces sites ne peuvent être modifiés sous peine de les voir dépréciés ou disparaître irrémédiablement.

Le classement s'applique à des sites à caractère paysager, à des unités géographiques cohérentes et caractéristiques. Le classement au titre des sites permet de faire respecter un espace remarquable reconnu d'intérêt général. L'obtention du label « site classé » atteste d'un gage de qualité. Ils ne peuvent alors être détruits, ni être modifiés dans leur état ou leur aspect sauf autorisation spéciale, du préfet ou du ministre chargé des sites, suivant l'importance des travaux.

→ **Les sites inscrits :**

L'inscription sur l'inventaire des sites va permettre de protéger de larges unités géographiques naturelles ou bâties, des milieux au prestige reconnu localement. L'inscription sur cette liste donne lieu à un régime d'autorisation particulier en vue de préserver le site.

2. Besançon : « ville d'intérêt historique majeur »

La ville de Besançon est fortement marquée par son paysage naturel exceptionnel, comme nous avons pu le voir précédemment, issu de sa géologie singulière. La vieille ville, blottie au sein d'un méandre du Doubs, est encadrée de toutes parts de collines. L'anticlinal plissé sur lequel est construite la Citadelle, la domine au sud, tandis que les collines de Chaudanne et de Bregille forment un tau boisé. Sur le territoire au nord se sont développés les faubourgs de la ville, au sein d'un relief moins chahuté.

- **L'œuvre de Vauban reconnue par l'UNESCO**

Vauban a su tirer parti de ce site exceptionnel en reprenant les fortifications anciennes pour les améliorer progressivement afin de protéger la ville. La Citadelle constitue la pièce maîtresse magistrale, fermant le verrou élevé, au sud. Au nord, l'enceinte de Battant dominée par le fort Griffon lui fait face. Enfin, sur le pourtour le long du Doubs, il a édifié des tours à canons bastionnées novatrices. Les fortifications bisontines sont achevées en 1693, après presque 20 ans de travaux. La Citadelle, les tours bastionnées et le Fort Griffon illustrent la façon dont Vauban a optimisé le système de défense naturelle à Besançon. Si quelques modifications pour renforcer la protection ont été réalisées à la fin du 18ème et au cours du 19ème siècle, **le dispositif de Vauban est resté aujourd'hui pratiquement intact, ce qui est exceptionnel.**

- **Un Site Patrimonial Remarquable (ex-secteur sauvegardé) de 268 ha**

Les secteurs sauvegardés, institués au titre de la loi Malraux de 1962, visaient à délimiter des périmètres lorsque ceux-ci revêtaient *« un caractère historique, esthétique ou de nature à justifier la conservation, la restauration et la mise en valeur de tout ou partie d'un ensemble d'immeubles bâtis ou non »*. Celui de Battant-Vauban a son document d'urbanisme, le Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur, approuvé depuis 1992 ; celui du centre ancien (Boucle, Glacis, Citadelle, Quartier des Bains) a été approuvé, lui, en 2012. Depuis la loi Liberté de la Création, Architecture et Patrimoine de 2016, l'ensemble protégé s'étendant sur 268 ha est renommé « Site Patrimonial remarquable » (SPR).

- **190 édifices classés ou inscrits au titre des Monuments Historiques**, générant des périmètres de 500m aux abords ou des Périmètres de Protection Modifié (PPM) mis en place en concertation avec l'Architecte des Bâtiments de France.

- **Protection de sites classés au titre de la loi de 1930** : Citadelle, percée située devant la gare Viotte vers la Citadelle, Ile de Malpas, pour ce qui concerne le paysage des fortifications Vauban.

- **Protection de sites inscrits** à l'inventaire supplémentaire des sites au titre de la loi de 1930 : le centre ancien et ses abords.

Face à un territoire riche d'un patrimoine naturel et historique véritable, il apparaît indispensable de préserver la ville d'innombrables éléments artificiels pouvant parfois limiter la visibilité et la lecture que l'on peut avoir de ce site d'exception. Avant d'envisager toute mesure concernant l'affichage publicitaire au sein de la ville de Besançon et à travers ce document, un diagnostic en la matière doit être posé.

3. Besançon : ville à forte densité publicitaire

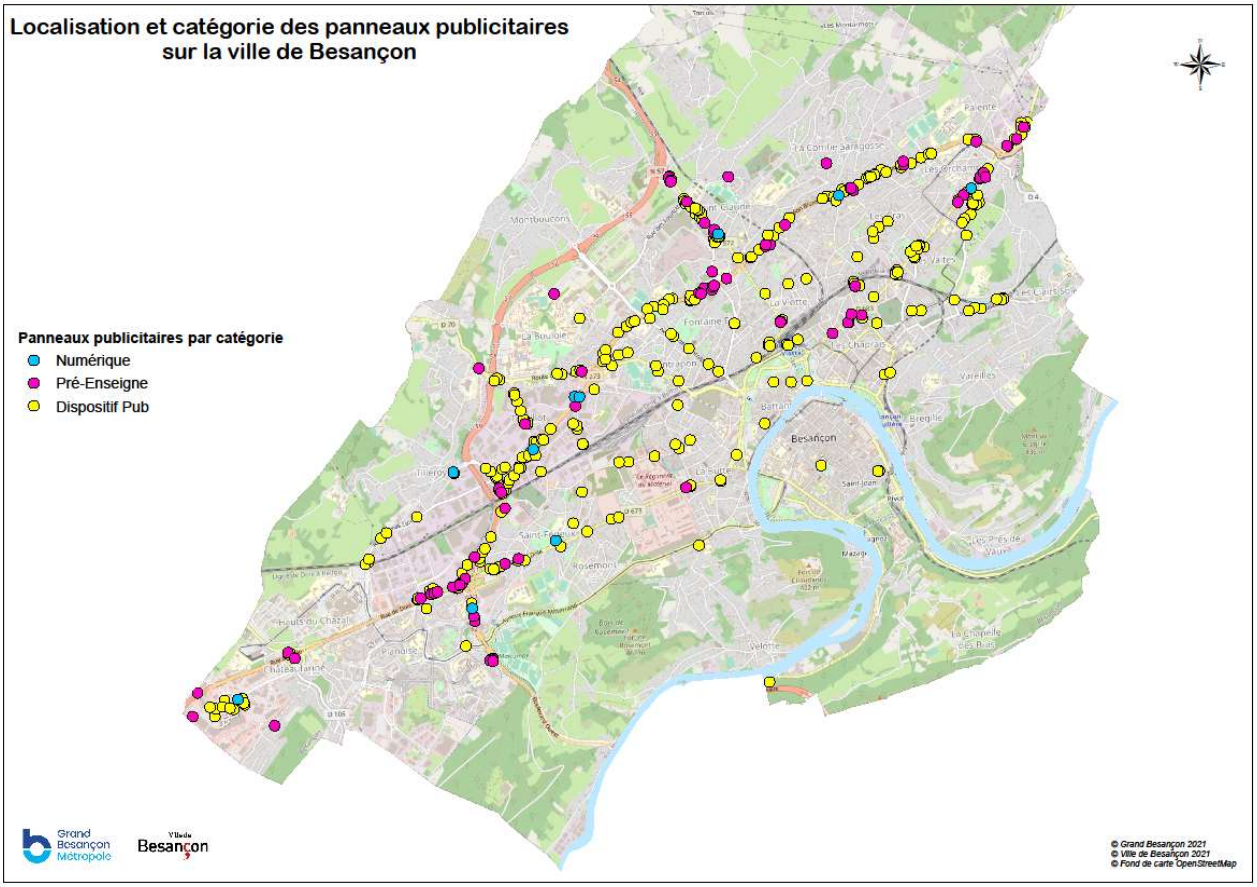
Cette section fait état du diagnostic en matière de publicité extérieure, d'enseignes et de préenseignes présentes sur le territoire communal.

- Les dispositifs publicitaires et le mobilier urbain

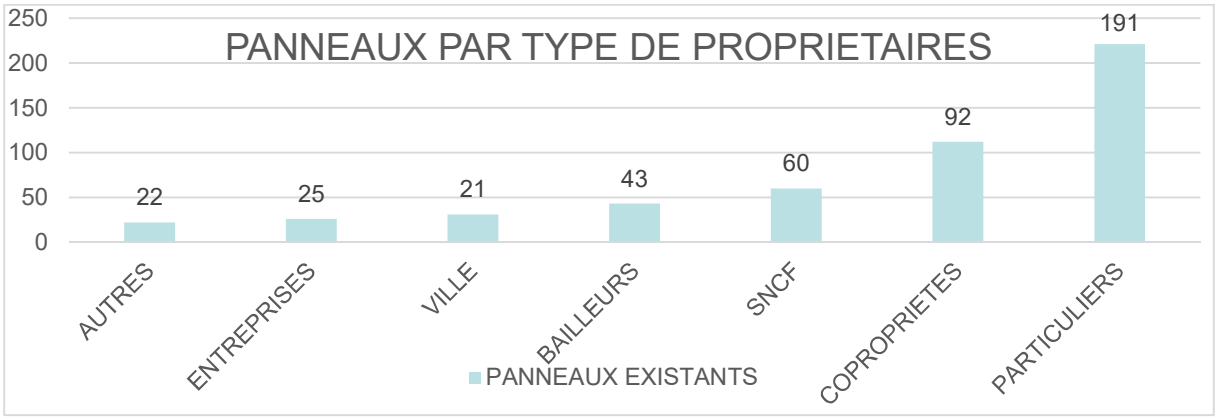
Les différents dispositifs de publicité extérieure sont installés à des endroits différents selon la fonction qu'ils remplissent. Les supports les plus visibles sont en général les dispositifs scellés au sol de 12 m² (publicité ou préenseigne) au nombre d'environ 454 sur la Ville de Besançon. Le mobilier urbain est également relativement important puisque composé de 110 « mupi » de 2 m², 53 « mupi » senior de 8 m², environ 223 abris bus, 30 stations vélos et 5 colonnes Morris.
Ces supports ont un objectif commun : être visibles afin toucher un grand nombre d'individus.

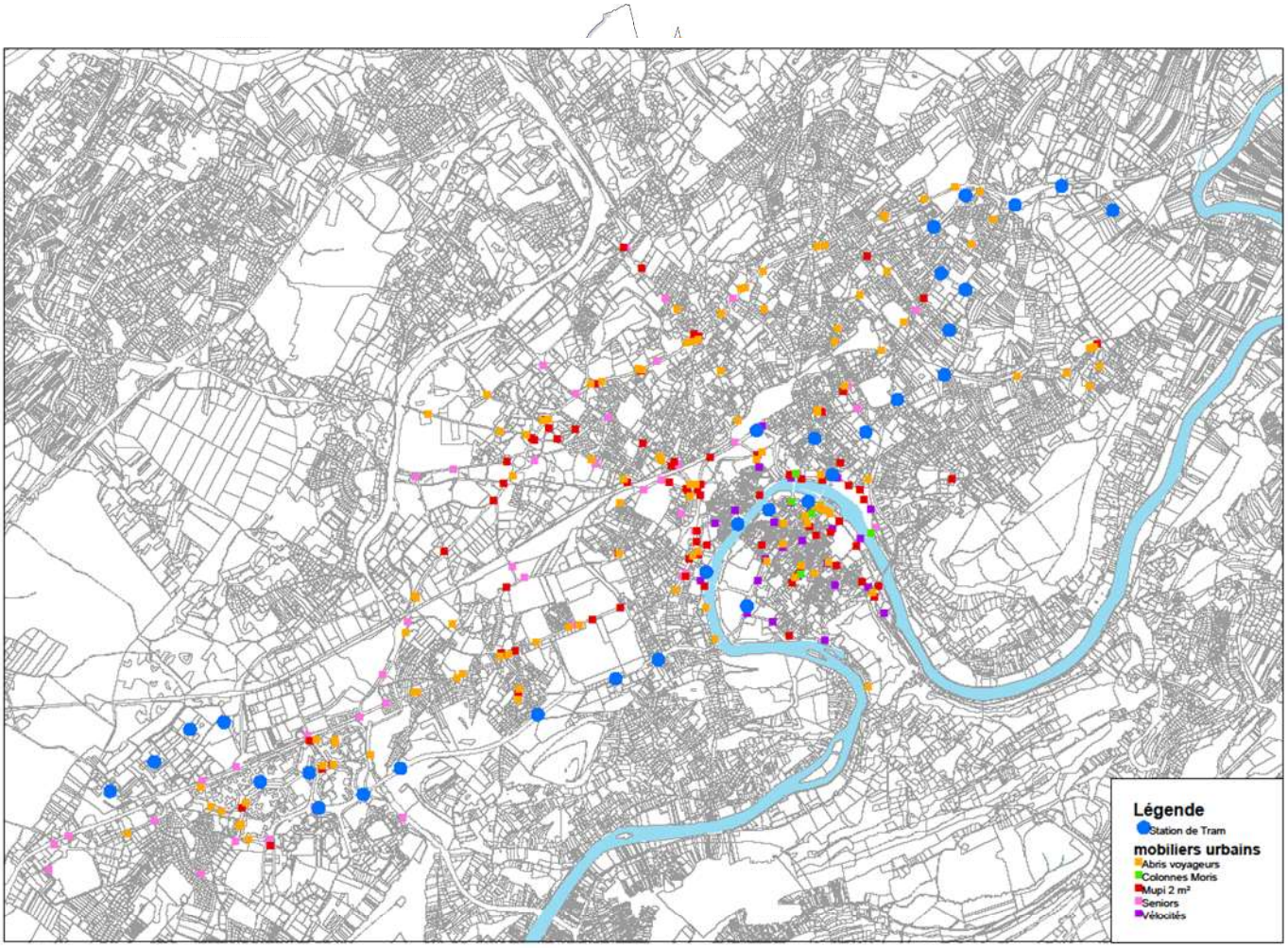
Les cartes ci-dessous informent de cet état des lieux publicitaire présent sur le territoire bisontin. Elles présentent ainsi la densité de publicité scellée au sol et fixée sur un mur ainsi que la densité de mobilier urbain avec une précision concernant les abris bus. L'analyse de ces deux cartes renseigne sur l'importance des dispositifs scellés au sol présents sur le territoire communal à savoir 454 panneaux publicitaires et 411 de type mobilier urbain

L'entrée en vigueur du règlement local de publicité de Besançon va permettre une diminution de ce nombre considérable de dispositifs présents sur le territoire communal afin de répondre à l'objectif de valorisation du cadre paysager bisontin.



Dispositifs publicitaires Année 2021	Nombre de dispositifs	Nombre de faces
Non lumineux	338	719
Numériques	10	13
Préenseignes	106	123
TOTAL	**454**	**855**





Mobilier urbain Année 2021	Nombre de dispositifs
Abri bus	223
Mupi 2 m²	110
Sénior 9 m²	53
Colonnes Moris	5
Stations vélos cité	30

TOTAL	**421**

On constate que la majorité du parc des panneaux de publicité est installée chez des particuliers. Ce chiffre monte à 65% si on y ajoute les copropriétés. Ces installations font l'objet de contrat moyennant une rémunération spécifique et donc relevant d'enjeux économiques.

On constate ainsi que la publicité, mais aussi le mobilier urbain, sont installés dans les zones où le trafic automobile est dense, c'est-à-dire dans les zones où la visibilité potentielle est la plus importante. Ces densités sont encore plus visibles quand on observe les cartes de densité publicitaires, qui permettent de faire ressortir les grands axes. Les fortes densités, obtenues ici par une carte de chaleur, de dispositifs publicitaires se trouvent ainsi rue de Vesoul (37 panneaux scellés au sol 4x3 en 1 200 mètres), rue de Dole (77 panneaux), le long de la ceinture des boulevards Ouest, Kennedy, Churchill et Blum ; ou encore sur l'axe en direction de Gray (avenues du 60ème RI, Léo Lagrange, et route de Gray) avec 57 panneaux installés sur cet axe.

Ce ne sont pas les seules zones fortement dégradées. On est en effet étonné de voir la concentration sur des axes dit secondaires, mais empruntés par les Bisontins afin d'éviter les grands axes, c'est le cas du Boulevard Diderot qui se prolonge par la rue de Charigney où l'on observe une forte densité de panneaux publicitaires.

Ces zones présentent un paysage dégradé avec une surabondance de messages publicitaires. Cette concentration importante de dispositifs a un impact si fort dans le paysage environnant qu'ils en deviennent omniprésents du fait, notamment, de la présence de panneaux publicitaires scellés au sol, grand format, avec une inter distance très faible, souvent inférieure à 50 mètres. L'impact est d'autant plus fort que les panneaux de publicité sont souvent installés sur une morphologie urbaine qui ne se prête guère à leur intégration, ainsi 45% sont installés dans des zones résidentielles ou pavillonnaires et très peu dans les zones commerciales ou industrielles où pourtant leur impact serait moins important. En effet, les parcelles dans les zones résidentielles sont plus petites que celles abritant des activités commerciales ou industrielles, on a donc une multiplication de panneaux qui masquent souvent des perspectives paysagères intéressantes ou qui nuisent aux caractéristiques de l'axe où ils sont implantés.

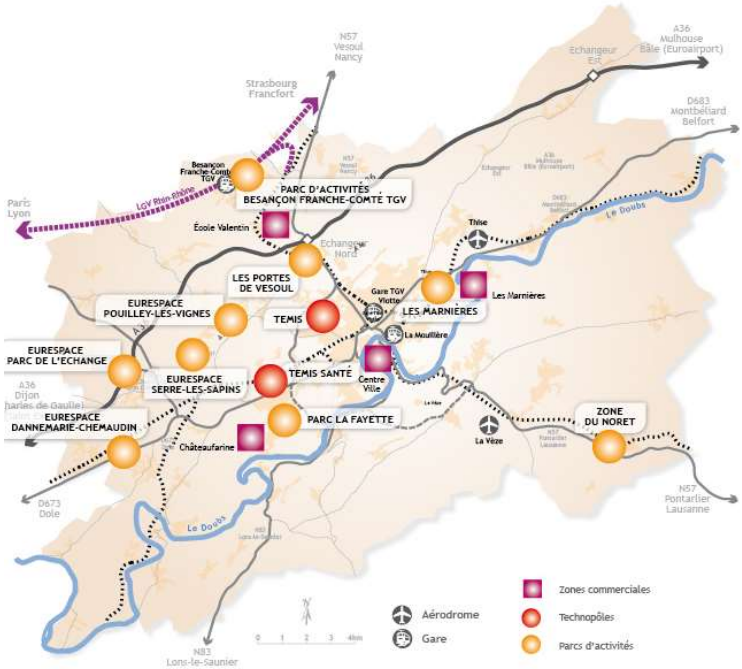
Le mobilier urbain connaît une localisation légèrement différente ; il se concentre le long des grands axes, mais aussi dans des zones plus résidentielles du fait que la publicité est une

fonction accessoire du mobilier urbain qui vise dans un premier temps à offrir un service aux habitants.

- Les enseignes

Les enseignes se concentrent dans les zones les plus commerciales. En effet, c'est au sein de la boucle, des zones de Châteaufarine, de Chalezeule et dans une large zone à l'ouest du boulevard Kennedy que la quasi-totalité des enseignes est présente. Ce sont les zones de commerces et d'activités de la Ville de Besançon, que l'on identifie très bien sur une carte d'occupation du sol.

Ainsi, la carte ci-dessous disponible sur le site de la ville de Besançon dans la rubrique « emploi et économie », renseigne clairement sur l'importance de l'attractivité commerciale du territoire bisontin et ainsi des lieux où les enseignes sont les plus nombreuses. En outre, cette carte fait référence à deux autres zones commerciales à savoir celle présente à Ecole Valentin et celle présente à Chalezeule. Ces zones constituent, avec les zones commerciales de Besançon de réels pôles dynamiques. Les réglementations relatives à la publicité et aux enseignes dans ces périmètres seront ainsi harmonisées afin que ces zones soient redynamisées de la même façon et soient soumises à des dispositions similaires.



Dans les zones commerciales bisontines, on trouve une forte concentration de supports et une très grande diversité donnant une impression d'une surabondance hétéroclite.

L'enseigne présente la remarquable caractéristique de pouvoir être réglementée, voire soumise à autorisation, mais jamais totalement interdite. Les professionnels de l'affichage, les associations et les habitants font remarquer, et avec raison, que l'aspect le plus critiqué de la publicité, notamment le long du boulevard Kennedy, où le regard est frappé par une prolifération anarchique de dispositifs, provient en fait de la surabondance des enseignes. Cette analyse est, sur le plan juridique, entièrement fondée. Les nuisances les plus importantes sont effectivement générées par des dispositifs installés sur le terrain d'implantation d'une activité, mais à distance du bâtiment où elle s'exerce, et ces dispositifs s'inscrivent du fait de cette implantation dans la catégorie juridique des enseignes.

Ainsi, la confusion est parfois faite entre publicité et enseigne dans ces zones, car l'aspect des dispositifs ressemble davantage à celui « classique » de publicité scellée au sol.

Dans les autres quartiers de la Ville de Besançon, cette situation de surabondance d'enseignes est moindre puisque les autres zones à forte densité commerciale, tel que le centre ancien, sont soumises à une réglementation stricte liée aux contraintes du site patrimonial remarquable, de l'arrêté de 1983 relatif à la publicité extérieure et de l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France.

- Les préenseignes

Les préenseignes sont généralement situées hors agglomération ou dans les entrées de ville. Depuis le 13/07/2015 seules les préenseignes signalant les monuments historiques classés ouverts à la visite ou encore les activités en relation avec la vente ou la fabrication de produits du terroir par les entreprises locales sont autorisée.

Partie 2 : Orientations et Objectifs de la Ville de Besançon

1. Rappel de la réglementation nationale en vigueur

La philosophie de la loi ENE est avant tout d'améliorer la qualité de vie des hommes tout en préservant et valorisant la qualité des sites et paysages. Avec la loi Grenelle II, la recherche d'un équilibre entre activité économique et protection des paysages est prégnante.
En matière de publicité extérieure, le législateur a affiché clairement sa volonté de lutter contre les nuisances visuelles dans les articles 36 à 50 de la loi Grenelle II qui viennent modifier en profondeur le code de l'environnement. Cette loi s'inscrit dans une réflexion d'ensemble et notamment dans un objectif de croissance économique plus respectueuse de l'environnement. En outre, elle offre de nouvelles bases légales à l'autorité administrative locale pour édicter des normes plus restrictives que les normes nationales et renforce ainsi les attributions des collectivités locales dans différents domaines tels que l'urbanisme, l'assainissement ou encore la publicité. Dans ce dernier domaine, de nouvelles obligations apparaissent pour contenir la pression publicitaire.

Le décret, lui, précise le cadre juridique de la publicité, y apporte un certain nombre d'éléments nouveaux et introduit des règles plus techniques dans le code de l'environnement.

Différents points essentiels sont évoqués par ces deux textes et illustrent les objectifs principaux poursuivis par la nouvelle réglementation en matière publicitaire. Ainsi, les principales prescriptions nouvellement abordées se répartissent en trois groupes, le premier traduisant la volonté de décentraliser la procédure et les compétences en matière de réglementation publicitaire, le deuxième illustrant la volonté d'améliorer globalement le cadre de vie de la population en valorisant le paysage et le patrimoine, et enfin le dernier se consacrant essentiellement sur la mise en place de nouvelles possibilités d'affichage afin de préserver la dynamique économique de chaque territoire.

En effet, la loi et le décret du 30 janvier 2012 mettent en place une nouvelle procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité calquée sur le modèle de l'élaboration des PLU. En outre, les compétences de police sont décentralisées afin de remédier au problème d'enchevêtrement des compétences entre maires et préfets lié à une réglementation antérieure floue et complexe en matière publicitaire.

Aussi, de nouveaux formats sont instaurés afin de réduire les dispositifs publicitaires et mieux les intégrer au paysage. Une règle de densité est introduite afin de limiter le nombre de dispositifs. D'autres mesures s'ajoutent à cela afin de préserver l'environnement et les ressources telle que la règle d'extinction nocturne des dispositifs lumineux en vue de réaliser des économies d'énergie. Enfin, les textes prévoient de nouvelles possibilités d'affichage notamment dans les aéroports et gares ferroviaires mais aussi par le biais du micro-affichage. L'idée est de préserver le dynamisme économique des territoires en accordant de nouvelles possibilités d'affichage à certains endroits moins sensibles esthétiquement.

L'étude de ces différentes règles révèle l'apport de la loi ENE et de son décret d'application en termes de densification du cadre juridique existant relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes. Ces deux textes ont largement modifié le code de l'environnement afin de le rendre plus contraignant en matière d'affichage publicitaire.

L'analyse de cette nouvelle réglementation nationale concernant l'affichage permet également de dégager plusieurs thématiques soulevées de façon répétitives tant dans la partie législative que dans la partie réglementaire du code en matière d'affichage publicitaire.
En effet, il apparaît que tant le législateur que le pouvoir réglementaire aient souhaité renforcer les obligations encadrant la publicité aux fins de mieux **protéger le patrimoine historique, architectural et naturel,** garantir des **entrées de villes attrayantes**, rendre compte de la **qualité esthétique des bâtiments** pour enfin **limiter « l'encombrement » visuel** qui trouble le regard posé sur un paysage.

Aussi, un autre point important concerne la distinction opérée désormais entre les villes dont le nombre d'habitants est inférieur à 10 000 et celles dont ce nombre est supérieur à 10 000 et leur appartenance ou non à des unités urbaines dont le nombre d'habitants est supérieur à 100 000 habitants. Les règles ne seront pas les mêmes notamment en ce qui concerne les formats, la densité ou encore les possibilités d'affichage. Ainsi, c'est dans les villes les moins peuplées que les restrictions seront les plus importantes.

Enfin, l'analyse des règles un peu plus techniques du code de l'environnement dans sa partie consacrée à l'affichage publicitaire, permet de relever quatre objectifs auxquels le pouvoir réglementaire semble porter un accent tout particulier :

► La recherche de dispositifs de **moindre taille et de moindre surface**,

► La recherche d'un **parallélisme** entre les dispositifs au sol mais aussi muraux,

► La recherche **d'une moindre utilisation des ressources** avec l'extinction des éclairages la nuit,

►La recherche d'une **harmonie paysagère globale** tant pour les automobilistes que pour les habitants.

Ainsi, en matière de règlementation publicitaire, la loi comme le décret apportent d'importants changements. En outre, le législateur a réalisé une avancée considérable en redéfinissant l'objet des prescriptions locales. En effet, le Règlement Local de Publicité ne peut désormais comporter que des dispositions plus restrictives que celles de portée nationale. Son zonage est destiné à couvrir les espaces situés en agglomération, mais aussi ceux situés en dehors jusqu'aux limites du ban communal. Par conséquent, les ZPE (Zone de Publicité Elargie) ou ZPA (Zone de Publicité Autorisée) disparaissent au profit des ZPR qui sont les Zones de Publicité Réglementée.

Dans les agglomérations, la publicité est admise, mais deux modifications substantielles naissent avec la loi ENE. Des zones de conservation et d'autres de protection spéciale sont ajoutées à la liste des espaces de prohibition.

La réforme des chapitres relatifs à la publicité extérieure s'attaque aussi à l'épineux problème des préenseignes dérogatoires qui préviennent le conducteur de la présence d'activités hors-agglomération. Elles sont considérées comme une source majeure de pollution des espaces ruraux, en cela qu'elles enlaidissent les paysages. A partir de 2015, tous les panneaux existants ont été remplacés par une signalisation routière normalisée et seuls sont maintenues les préenseignes signalant les activités en relation avec la vente ou la fabrication de produits du terroir par les entreprises locales et celles signalant les Monuments Historiques classés.

Dans un but de protection du cadre de vie, la législation donne aux autorités locales la possibilité d'adapter aux circonstances locales les principes et les normes du code de l'environnement et cela en définissant des prescriptions même dans les sites à forte valeur environnementale tels que les sites patrimoniaux remarquables.

2. Les orientations et objectifs de la ville de Besançon

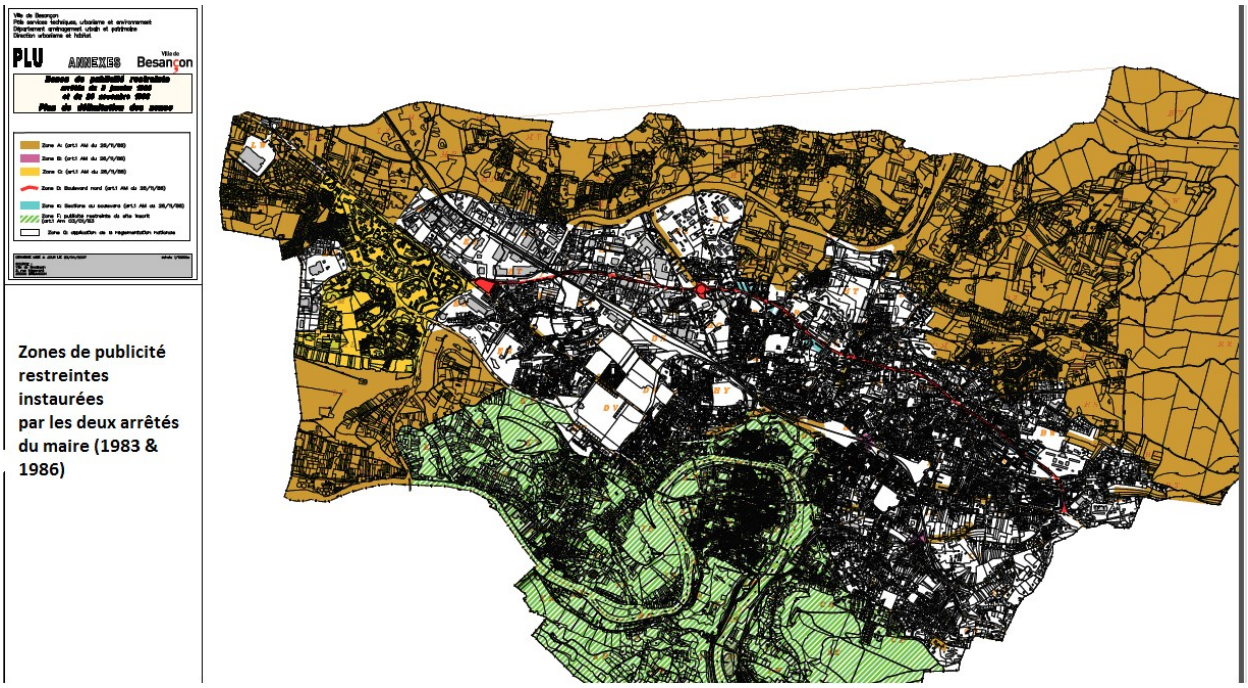
2.1. Besançon : des arrêtés du Maire de 1983 et 1986 qui apparaissent comme dépassés

L'originalité de la ville de Besançon réside dans le fait que très tôt, les responsables locaux ont engagé une réflexion globale et approfondie sur les conséquences pratiques de l'entrée en vigueur de la législation sur la publicité.
Cela s'est traduit par la création dès novembre 1980, à la demande du Ministère de l'Environnement et du Cadre de vie, d'un groupe de réflexion chargé d'étudier, dans le cadre d'une large concertation entre tous les acteurs concernés, les conditions d'application d'une réglementation locale. Il y a eu aussi l'élaboration d'un programme fictif de zonage sur le territoire de la ville de Besançon et la mise en place de modèles types de documents. Les réflexions venues de toutes parts ont ainsi permis de déboucher sur la création d'une réglementation locale spécifique en se basant sur deux principes :

- concilier le maintien de **l'activité économique** importante avec la nécessaire **protection d'un patrimoine** architectural de grande valeur,

- faire en sorte que la publicité devienne un **élément d'animation du cadre de vie** grâce au choix des supports et des emplacements.

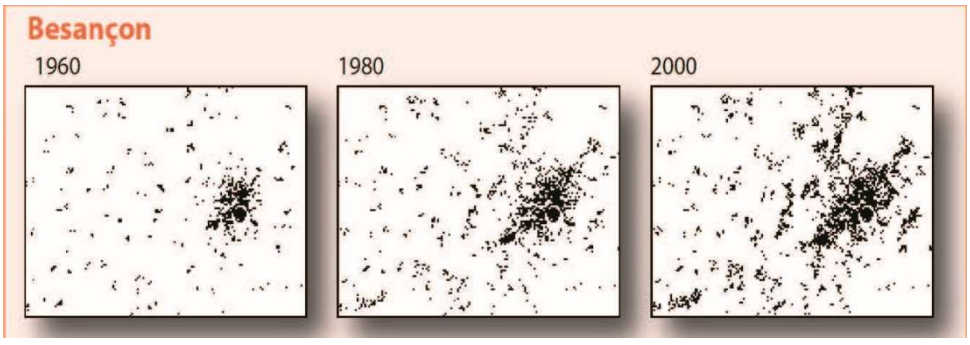
Besançon a été une des premières villes en France à adopter le Règlement Local de Publicité avec dans un premier temps l'arrêté du maire de 1983 qui se concentre sur le secteur protégé dans le cadre d'un Plan de Sauvegarde et de Mise en Valeur (PSMV) mis en place après la loi du 4 août 1962 dite loi Malraux. L'objectif de cette loi était large puisqu'il s'agissait de préserver l'aspect de quartiers entiers à tous les niveaux pertinents: façades, rues, cours, toitures. Puis, avec un deuxième arrêté en 1986 qui s'applique à toute la ville et qui présente la particularité de protéger les cônes de vues sur la Citadelle en y interdisant la publicité, comme depuis l'esplanade de la gare Viotte. Ainsi, l'introduction de l'arrêté de1986 dispose: « Il importe de concilier le maintien d'une activité économique indispensable avec une protection dynamique de l'environnement et du patrimoine bâti et plus particulièrement les parcs, jardins publics et privés, les espaces de loisirs et de détente ».



Zones de publicité restreintes instaurées par les deux arrêtés du maire (1983 & 1986)

Le terme de paysage n'apparaît pas clairement, mais on constate la volonté de protéger le cadre de vie en particulier les aménités vertes ainsi que le patrimoine sur l'ensemble de la commune.

Aujourd'hui la multitude des supports de publicité extérieure semble indiquer les faiblesses de la réglementation en vigueur d'autant plus que les contraintes légales ont évolué en près de trois décennies avec l'adoption de la loi paysage en 1993 et de la loi Grenelle II le 12 juillet 2010.



Comme le reste du territoire français, la ville de Besançon a vu sa forme profondément transformée ces dernières années par le phénomène d'étalement urbain, même s'il est moins fort dans la ville centre que dans les communes périphériques.

L'étalement urbain s'accompagne d'un nouveau mode d'habiter et d'un nouveau rapport à l'espace. Désormais, les politiques doivent le prendre en compte et l'anticiper, dans le cadre de l'intelligence territoriale, dans la protection des paysages et des espaces verts qui sont une des priorités dans les aménités choisies par les habitants. De nombreuses zones pavillonnaires sont régies par la réglementation nationale, permettant l'installation de panneaux de publicité scellés au sol alors que la morphologie urbaine et le réseau viaire se prêtent très mal à ce genre de dispositif.

Aujourd'hui, les deux règlements de 1983 et 1986 apparaissent comme obsolètes, n'étant plus en adéquation avec les exigences environnementales actuelles. C'est pourquoi, le Conseil Municipal de la Ville de Besançon a souhaité élaborer ce présent document. La délibération du 22 mars 2012 prescrivant l'élaboration du RLP a ainsi ouvert une période de concertation préalable de mai 2012 au 15 novembre 2019.

La procédure qui aligne désormais l'élaboration du RLP à celle du PLU, en introduisant une démarche plus participative, permet de recueillir les avis des citoyens ainsi que des Personnes Publiques Associées (PPA) et d'en tenir compte pour le document final. Ces moments d'échanges s'étalent lors de la concertation préalable et de l'enquête publique sous la forme de réunions publiques, de registres et de rencontres thématiques.

2.2 Les enjeux de la révision du RLP bisontin

La ville de Besançon a souhaité se doter d'un nouveau Règlement Local de Publicité conformément aux nouvelles dispositions législatives mais aussi afin de valoriser et protéger la richesse patrimoniale et naturelle présente sur son territoire.

Aussi, un tel document lui permet de préserver le cadre de vie aux abords immédiats du site fortifié et de préserver d'un envahissement publicitaire les principales pénétrantes dans l'agglomération constituées, en principe, d'axes agrémentés d'espaces verts offrant de réelles perspectives paysagères. Les entrées de villes sont, en effet, souvent le reflet de l'identité du territoire et à ce titre il paraît important de les valoriser et d'y limiter l'encombrement visuel. Le projet d'aménagement et de développement durable (PADD) du PLU de Besançon expose également cette préoccupation qu'est l'amélioration des entrées de ville. En effet il est écrit : *«Le traitement des entrées de ville est une préoccupation qui doit conduire les aménagements vers plus de qualité. L'évolution des entrées de ville développées sur les six axes principaux qui desservent Besançon sera encadrée par des actions de valorisation adaptées aux lieux, aux enjeux et aux projets ».*

Très tôt Besançon s'est dotée d'un tel document afin de maîtriser l'affichage et protéger l'esthétique de son territoire. Toutefois, face à l'augmentation du nombre de dispositifs publicitaires ces dernières années, la Ville a souhaité réviser son règlement local de publicité afin de le rendre plus cohérent avec les aspirations actuelles mais aussi plus contraignant dans ses prescriptions. Comme dans de nombreuses communes françaises, Besançon tente ainsi de répondre aux nouvelles attentes de la part de ses habitants mais aussi des personnes séjournant quelques temps sur son territoire afin de leur garantir une qualité paysagère remarquable et les encourager à renouveler leur séjour.

Tout en respectant l'activité économique présente sur le territoire, la ville aspire à ce que les dispositifs publicitaires s'intègrent mieux dans le paysage. Cet objectif, qui se traduit dans des actions renforçant l'image de marque du territoire de la ville, contribue in fine à valoriser le commerce et les entreprises sur le territoire. En effet, un territoire attrayant du point de vue de son cadre de vie peut se révéler un véritable point fort pour les commerces y siégeant. La publicité extérieure peut être un indice de vitalité économique des lieux qui la reçoivent mais à condition qu'elle soit bien intégrée dans le paysage. Il est donc nécessaire de trouver un juste équilibre entre ses modalités d'exploitation et le risque de prolifération de panneaux publicitaires qui affecte les centres urbains et la périphérie des agglomérations.

Aussi, la ville de Besançon en tant que « ville verte » souvent décrite comme riche de forêts et de verdure, de même que le territoire de Franche-Comté dans lequel elle existe, ne peut ignorer la réglementation nationale en matière de publicité encourageant l'élaboration de règlements locaux édictant des règles soucieuses des spécificités locales des territoires.

De plus, en tant que ville d'intérêt historique, Besançon veille à protéger son Site Patrimonial Remarquable en y limitant les dispositifs publicitaires. Ainsi, le choix de Besançon d'élaborer un Règlement Local de Publicité est motivé par la volonté de préserver le cadre de vie selon des considérations uniquement paysagères, environnementales, patrimoniales et esthétiques. Le RLP s'inscrit dans une démarche globale de préservation et mise en valeur de l'environnement adoptée par la ville depuis plusieurs années maintenant.

Enfin, Besançon œuvre pour remédier à la problématique de la lisibilité paysagère définie par le SETRA (Service d'étude sur les transports, les routes et leurs aménagements comme « la propriété d'une voie et de son environnement, de donner à tout usager, par l'ensemble de leurs éléments constitutifs une image juste, facilement et rapidement compréhensible, de la

nature de la voie et de son environnement, de ses utilisations, des mouvements probables ou possibles des autres usagers et du comportement que l'on attend de lui [...] »
« La lisibilité perçue est celle du conducteur qui adapte son comportement à ce qu'il perçoit et comprend (ou croit percevoir et comprendre) de la route. La lisibilité construite est celle de l'aménageur qui donne du sens à la route à travers les fonctions et usages qu'il lui attribue et la forme qui en découle (tracé, traitement des carrefours, profil en long et en travers, aménagements paysagers, signalisation) » (Sétra, 2003).

La lisibilité perçue est très importante pour les projets d'aménagement notamment dans le réseau viaire, car elle est dotée d'une logique simple : on accepte mieux les choses que l'on comprend. Puisque se déplacer nécessite une lecture de l'espace (la personne qui se déplace cherche des indices dans son environnement qui lui permettent de réaliser au mieux son déplacement), les infrastructures linéaires exigent d'être lisibles. La route a un rôle à jouer dans la compréhension des territoires.

Il est aujourd'hui acquis que les usagers adaptent leur comportement à leur environnement. Il est donc très important que chaque type d'infrastructure soit lisible, identifiable. Cette réflexion doit trouver sa place à chaque étape de la réalisation d'une nouvelle infrastructure (schéma directeur, avant-projet sommaire, étude de tracé, bilans et suivis).
La requalification de certains itinéraires doit être aussi l'occasion d'intégrer ces objectifs. La lisibilité est un concept finalement assez proche de la « boîte système utilisateur» du «poly système paysage». En conséquence, l'amélioration de la lisibilité passe avant tout par un travail sur l'aspect visuel et permet d'allier naturellement sécurité des usagers et protection des paysages. Or la publicité étant justement implantée dans des endroits stratégiques pour la perception des messages publicitaires (carrefours, entrée de ville, zones de forte circulation), on peut donc penser qu'elle est un frein à la lisibilité de l'espace.
Une réglementation de la publicité extérieure permettrait donc d'une part, de renforcer la sécurité des automobilistes, notamment dans des zones fortement accidentogènes ou dans des espaces où l'attention du conducteur doit être entièrement tournée vers la conduite (bretelles d'accès, carrefours giratoires, entrées de ville et de zones d'activités...) et d'autre part de rendre beaucoup plus lisible le paysage.

Le RLP de Besançon se veut être cohérent, simple et efficace pour être compris par tous et, conformément à la réglementation nationale, plus restrictif que cette dernière. L'idée est également de trouver un chemin d'équilibre entre la préservation du cadre de vie et l'attractivité, le dynamisme des activités économiques

Diagramme radial représentant les objectifs poursuivis par le RLP Bisontin

Partie 3 – Les choix retenus par la Ville de Besançon

Au regard des orientations et des objectifs poursuivis par la Ville de Besançon, un découpage du territoire de la ville s'est organisé. Quatre zones de publicité réglementée divisent désormais la ville et toutes disposent de leurs propres règles relatives à l'affichage complétant la règlementation commune qui s'applique pour toutes zones. Les choix retenus par la ville de Besançon en matière de publicité extérieure, enseignes et préenseignes, s'expliquent au travers de quatre priorités essentielles pour la Ville :

1. Le choix de protéger son patrimoine historique de la publicité extérieure et de le valoriser en prescrivant des règles strictes et adaptées au périmètre englobant le site patrimonial remarquable, le site inscrit, les sites classés et le périmètre de protection modifié

2. Le choix d'améliorer le cadre de vie de ses habitants et protéger le patrimoine naturel présent sur son territoire en limitant fortement la publicité dans les zones où l'habitat est dense et dans celles qui en sont dépourvues mais qui présentent des atouts faunistiques et floristiques majeurs

3. Le choix de garantir un équilibre entre activité économique et protection du cadre paysager ainsi qu'une meilleure intégration des dispositifs publicitaires dans les zones d'activités

4. Le choix d'attribuer une identité paysagère remarquable à la ville de Besançon en préservant les entrées de ville d'une prolifération de dispositifs publicitaires. Ce choix s'inscrit également dans la volonté de la Ville de limiter l'encombrement visuel afin de garantir la sécurité routière.

5. Le choix de prendre en compte les nouveaux modes de communication, écrans LED et d'en gérer le développement afin de n'impacter ni les usagers de la route ni les riverains de ce type de dispositifs publicitaires.

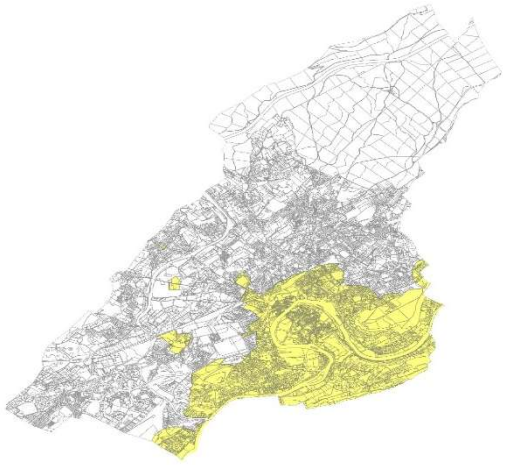
6. Le choix de prendre en compte l'objectif de contenir l'impact écologique de ce secteur d'activité, par la diminution de la consommation énergétique des dispositifs publicitaires, en limitant les périodes d'éclairage et en diminuant le nombre de

dispositifs « traditionnels » permettant ainsi de limiter la consommation de papier et de colle.

La ville de Besançon, par le biais de ce document, œuvre ainsi pour que l'accueil sur son territoire soit le plus attrayant possible et qu'il présente un environnement préservé et soucieux du cadre de vie de ses habitants. En outre, Besançon ne perd pas de vue ses enjeux économiques puisqu'elle préserve la publicité dans certaines zones commerciales tout en l'intégrant mieux dans le paysage.

1. La ZPR1 : protéger le patrimoine

Comme nous avons pu le voir, la Ville de Besançon possède un patrimoine reconnu qui nécessite des mesures de protections dans le cadre de son Site Patrimonial Remarquable (SPR) et de ses monuments historiques. Pour la création de cette zone de publicité réglementée « centre ancien et patrimoine », il est apparu comme nécessaire d'isoler certaines zones sensibles.

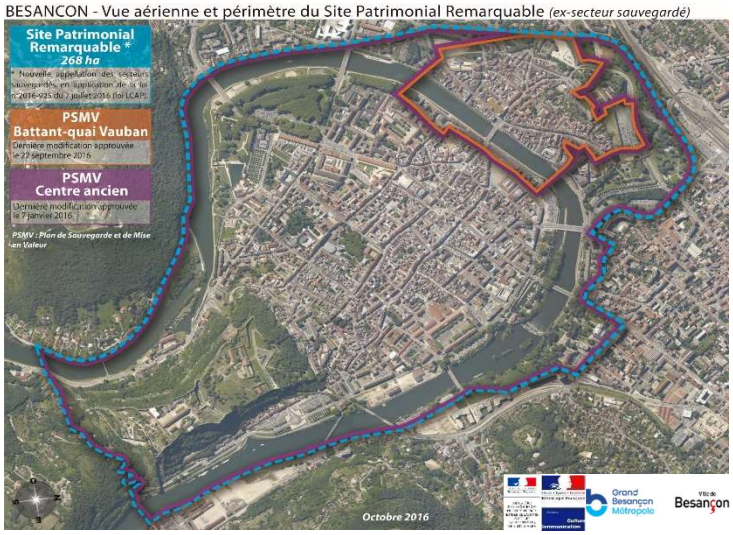


L'Etat a officiellement inscrit ou classé certaines parties du territoire bisontin accordant ainsi une reconnaissance officielle à son cadre exceptionnel. C'est donc ces zones qui vont servir de point de départ à la création de la Zone de Publicité Réglementée n°1 (ZPR 1).
Créés par la Loi Malraux en 1962, les secteurs sauvegardés ont pour objectif principal de protéger, mettre en valeur et dynamiser des ensembles urbains homogènes, à forte valeur historique et patrimoniale. C'est le cas à Besançon où la qualité patrimoniale exceptionnelle du centre historique a conduit à la création de deux périmètres :

- un premier périmètre, celui de Battant et du quai Vauban, créé dès 1964,

- un second périmètre, sur la Boucle, la Citadelle, les Glacis et le quartier des Bains, délimité en 1994.

BESANCON - Vue aérienne et périmètre du Site Patrimonial Remarquable *(ex-secteur sauvegardé)*



L'ensemble regroupé dans les périmètres du Site Patrimonial Remarquable doit faire l'objet d'une analyse publicitaire spécifique. En effet, l'article L581-8 du Code de l'environnement dispose un principe d'interdiction qui n'est pourtant pas absolu puisque le RLP peut instaurer des règles permettant de gérer les dispositifs publicitaires.
Mais, cette prescription nécessite de créer une zone spécifique gérant la question de la publicité extérieure en instaurant à l'intérieur de ces périmètres des règles strictes et adaptées.

A cette zone spécifique comprenant le Site Patrimonial Remarquable de la Ville de Besançon il est apparu essentiel d'ajouter les sites classés de la Ville de Besançon, le site inscrit ainsi que les périmètres de protection modifiés. En effet, le classement s'applique aux sites dont la conservation est nécessaire car ils présentent des qualités indéniables d'un point de vue paysager, artistique, historique et qui ne peuvent être modifiés sous peine de les voir dépréciés ou disparaître irrémédiablement. Le classement s'applique à des sites à caractère paysager, à des unités géographiques cohérentes et caractéristiques. Le classement au titre des sites permet de faire respecter un espace remarquable reconnu d'intérêt général. L'obtention du label « site classé » atteste d'un gage de qualité qui doit être préservé. Les sites classés ne peuvent être détruits, ni être modifiés dans leur état ou leur aspect sauf autorisation spéciale, du préfet ou du ministre chargé des sites, suivant l'importance des travaux.

- La Citadelle : pièce maîtresse de la défense bisontine, l'ouvrage dans son état actuel est l'œuvre de Vauban. Elle barre l'accès de la ville par les plateaux situés au Sud et

à l'Est. Sa situation sur le pli le plus élevé de l'anticlinal qui la supporte est remarquable. Les différentes vues plongeantes sur la boucle de la rivière enserrant la ville font apprécier une des caractéristiques multiples qui ont rendu cette cité unique. L'ensemble méandre et citadelle constitue le cœur du site bisontin dont l'origine remonte vraisemblablement aux celtes. Jules César, lors de la conquête des Gaules, s'était longuement attardé sur la situation judicieuse de la cité ;

- Le cimetière des Chaprais : seule la partie Nord du cimetière romantique composée d'un ensemble de tombeaux et de tombes dans un site agréablement boisé et engazonné bénéficie d'un classement ;
- La Citadelle vue de la percée située devant la gare Viotte : remarquable panorama sur la ville ancienne et la citadelle depuis l'esplanade de la gare ;
- L'Ile de Malpas : c'est une île de quelques hectares, remarquable par sa faune avicole, qui s'est constituée à l'aval immédiat de la ville, au milieu du Doubs ;
- La Roche d'Or : en aval de la ville, ce mamelon rocheux est entouré d'un méandre fossile du Doubs. Le site est composé d'une partie naturelle dont la végétation arbustive particulièrement colorée est à l'origine de l'appellation. Des jardins d'agréments constituent l'autre portion du site ;
- Le terrain avoisinant le site de la Roche d'Or : extension du périmètre du site de la Roche d'Or d'une part jusqu'au chemin Muenot, d'autre part jusqu'a la rive droite du Doubs ;
- Le Parc et table de pierre historique au 32 avenue de Montrapon : le parc de la « Grange Huguenet » abrite la table de pierre classée en 1936. Il contient des arbres aux espèces recherchées lui donnant un aspect romantique et intimiste.

Ce zonage spécifique permet de préserver le patrimoine face à la pression publicitaire dans des zones souvent fortement fréquentées.

La Roche d'Or

Ile Malpas.

Terrain avoisinant la Roche d'Or.

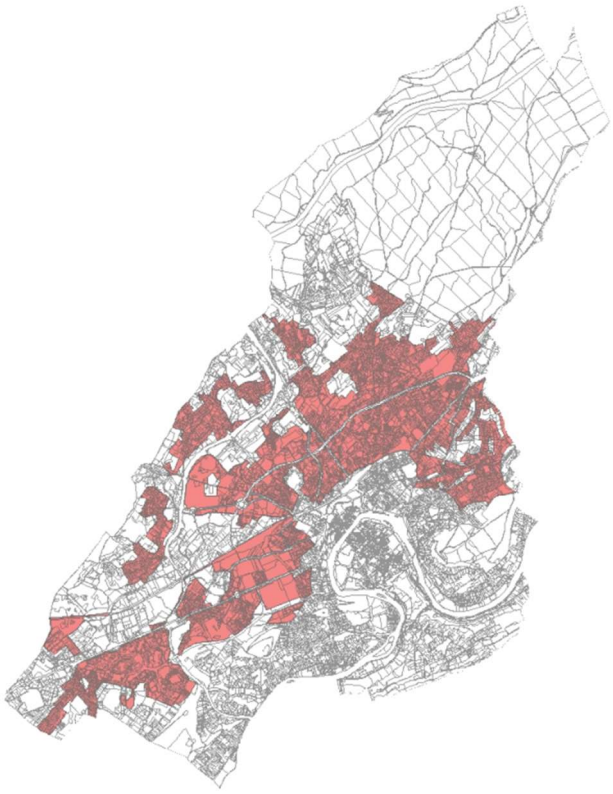
La Citadelle.

Cimetière des Chaprais

2. La ZPR2 : protéger le cadre de vie

La ZPR 2 qui s'attache à protéger le cadre de vie des habitants est divisée en deux zones distinctes définies ci-dessous.

2.1. ZPR2 A : habitat et équipement

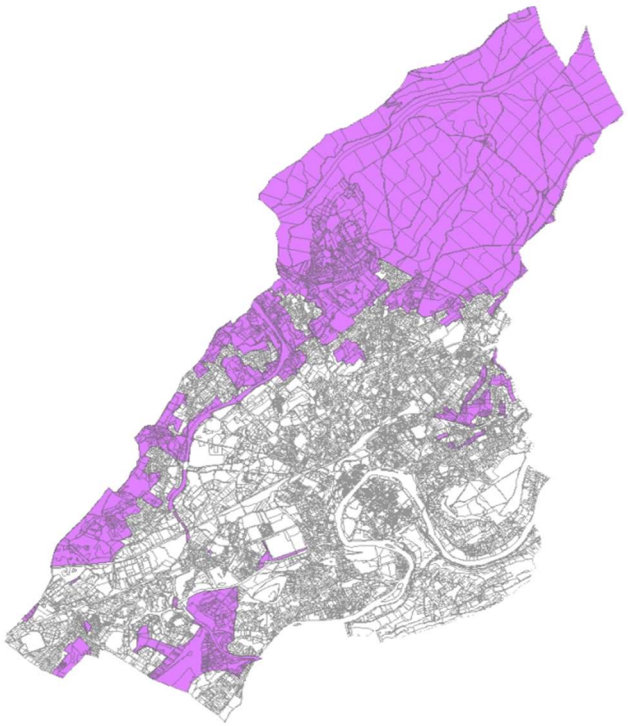


Ce zonage prend en compte les zones d'habitat de la Ville de Besançon ainsi que les zones d'équipements (stade Léo Lagrange, complexe de la Malcombe...), de commerce et de services. L'habitat y est plutôt dense avec les extensions directes du centre ancien, les zones pavillonnaires.

Il y a donc des enjeux importants pour la publicité extérieure du fait de la grande diversité du tissu urbain et des activités qui y sont installées avec des besoins spécifiques.

Ainsi, la ZPR 2 A délimite cette zone qui comprend des espaces spécifiques ayant leurs propres caractéristiques. Le fait que l'habitat y soit dense a encouragé une réglementation publicitaire assez restrictive dans cette zone. En effet, les dispositifs scellés au sol sont interdits et seuls les dispositifs muraux sont autorisés. Aussi, cette zone, comprenant divers équipements, se doit de rester lisible pour les usagers.

2.2. ZPR2 B : zones hors-agglomérations, naturelles et habitat diffus



Cette sous-zone trouve ses fondements dans l'article L 581-7 du code de l'environnement qui interdit toute publicité en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la sécurité routière. Dès lors, les zones hors agglomération (identifiées par l'arrêté du Maire de 2016) ont constitué l'armature de cette zone.

A cela, il a été jugé utile de procéder à l'ajout des zones A et N du PLU se trouvant aux bordures du ban communal afin de limiter la prolifération de la publicité extérieure et ainsi continuer à préserver des secteurs où la publicité, notamment scellée au sol n'a pas été

autorisée par les arrêtés de 1983 et 1986. Ainsi, la ceinture verte nord entre dans cette zone car bien qu'elle comporte des zones d'habitat diffus, elle ne présente pas un tissu viaire cohérent avec l'installation de la publicité qui nuirait au cadre de vie.

3. La ZPR3 : dynamiser les activités

Plus de 70 zones d'activités industrielles, artisanales et commerciales sont recensées au sein de la Communauté d'Agglomération du Grand Besançon, aujourd'hui compétente en matière de développement économique, dont 17 sur la commune de Besançon où, historiquement, les zones se sont développées ainsi qu'à Thise et Chalezeule. Cette zone de publicité réglementée est basée sur le périmètre des principales zones d'activité de la ville de Besançon. La ZPR3 est composée des zones de Chateaufarine, la Fayette, de Trepilllot, Micropolis, Témis, Portes de Vesoul, Besançon-Thise-Chalezeule (BTC).
Les zones d'activités les plus importantes en superficie ont une vocation industrielle et/ou commerciale : Chateaufarine, Trépillot – Tilleroyes, Lafayette, Espace Valentin et Besançon-Thise-Chalezeule (BTC). Par ailleurs, Besançon, à travers la commercialisation de Temis et l'aménagement du Pôle Santé, développe une offre technopolitaine.

Ces activités commerciales ont des demandes spécifiques sur la publicité extérieure en particulier sur les enseignes et la typologie du bâti permet, souvent, une bonne intégration des

dispositifs publicitaires. Les prescriptions du règlement visent donc à alléger le paysage publicitaire afin de garantir le dynamisme des zones d'activité en maîtrisant le nombre et la taille des dispositifs.

4. La ZPR4 : protéger les entrées de ville et garantir la qualité publicitaire sur les grands axes

Différentes études menées ces dernières années se sont attachées à quantifier, qualifier et localiser le problème de l'existence de supports de publicité extérieure sur la ville de Besançon tout en essayant de définir le cadre paysager de la capitale franc-comtoise. Le recensement des dispositifs et l'analyse du cadre paysager sur lequel ils se détachent ont confirmé un besoin de requalifier certains secteurs de la ville de Besançon en particulier les axes de circulation et les entrées de ville zones souvent vierges de toute urbanisation où toute implantation publicitaire est particulièrement préjudiciable.

A partir des objectifs fixés par le Grand Besançon pour la préservation des paysages et la mise en valeur des entrées de ville ainsi que les résultats d'études menées sur le paysage et la publicité extérieure, il est apparu nécessaire de procéder à une division des grands axes de circulation, qui ont été identifiés par GBM et les services de la Ville de Besançon, en deux zones de publicité réglementée. Chacune de ces zones a des particularités paysagères, urbaines et publicitaires qui lui sont propre et traverse une zone ayant une fonction bien spécifique.

ZPR4A

- La première zone, **ZPR4A,** correspond aux grands axes de la ville où la publicité, en particulier les dispositifs scellés au sol, peuvent s'intégrer au gabarit de ces axes et à la typologie architecturale des lieux sans porter préjudice au paysage.

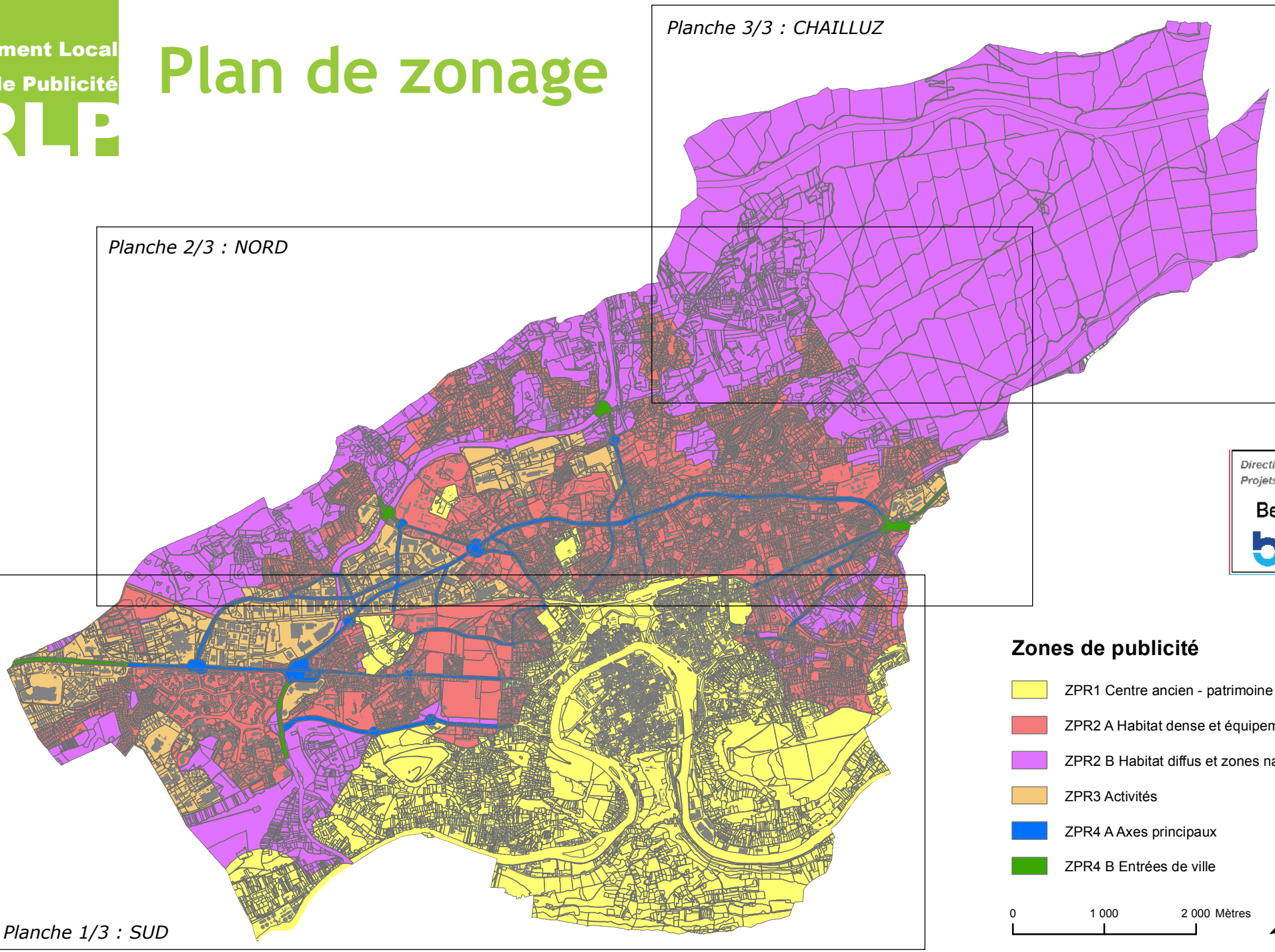
ZPR4B

- La deuxième zone, **ZPR4B**, correspond aux grands axes routiers formant les entrées de ville dans lesquels il convient de valoriser et maîtriser l'espace public ou la publicité sous toutes ses formes est préjudiciable.

Règlement Local de Publicité

RLP

Plan de zonage



Direction Urbanisme Projets et Planification

Ville de Besançon

Grand Besançon Métropole

Zones de publicité

- ZPR1 Centre ancien - patrimoine
- ZPR2 A Habitat dense et équipements
- ZPR2 B Habitat diffus et zones naturelles
- ZPR3 Activités
- ZPR4 A Axes principaux
- ZPR4 B Entrées de ville

0 1 000 2 000 Mètres

N

Règlement Local de Publicité

RLP

Afficher autrement, communiquer mieux

DOSSIER 2
REGLEMENT

2.2 Plan de zonage

Zones de publicité

- ZPR1 Centre ancien - patrimoine
- ZPR2 A Habitat dense et équipements
- ZPR2 B Habitat diffus et zones naturelles
- ZPR3 Activités
- ZPR4 A Axes principaux
- ZPR4 B Entrées de ville

Planche 2/3 : NORD

Échelle : 1/5 000

Réalisation
Mairie d'Hérouville Saint-Clair

Réalisation
Berim'Pub
Mairie d'Hérouville Saint-Clair

Règlement Local de Publicité

RLP

Afficher autrement, communiquer mieux

DOSSIER 2
REGLEMENT

2.2 Plan de zonage

Zones de publicité

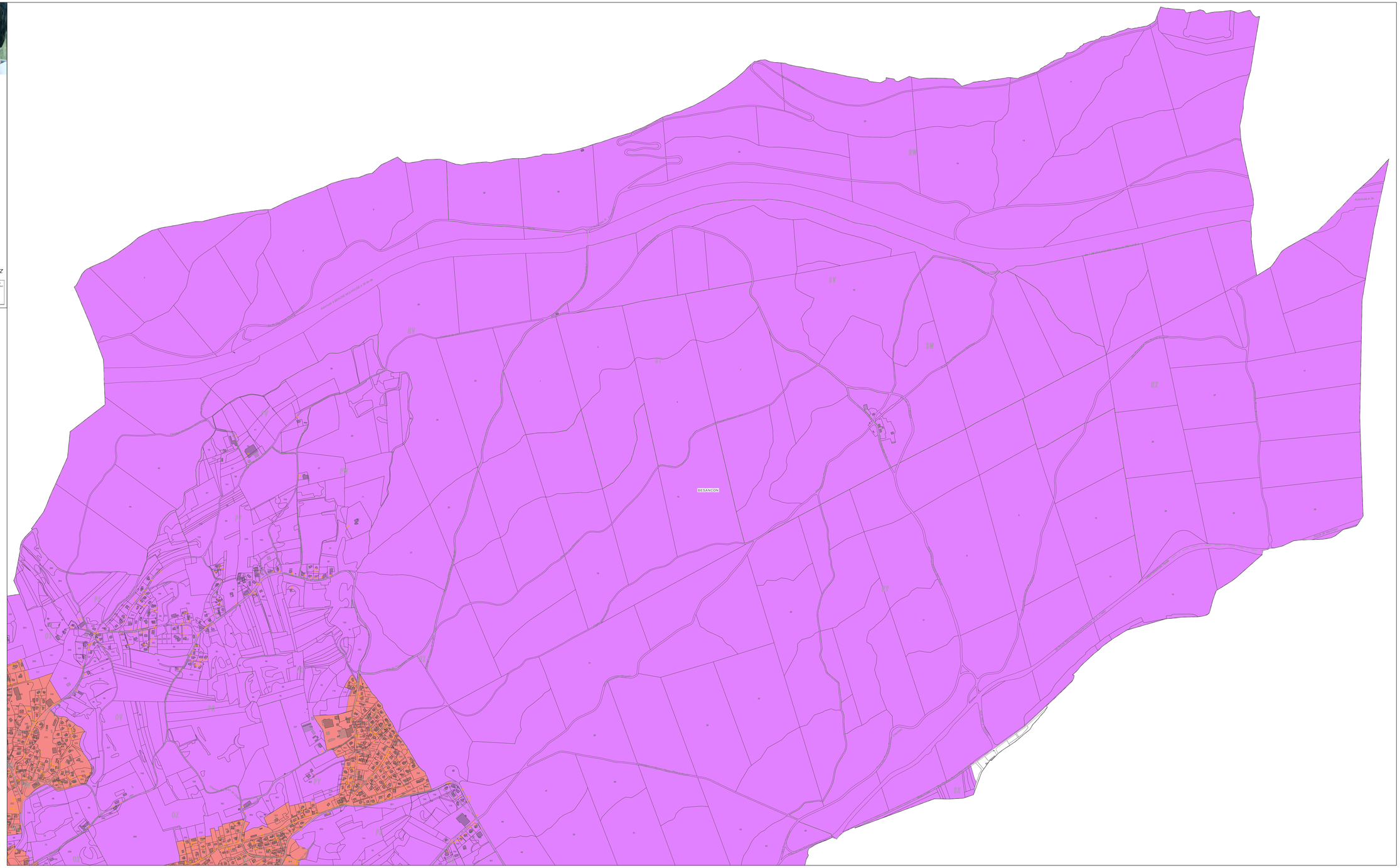
- ZPR1 Centre ancien - patrimoine
- ZPR2 A Habitat dense et équipements
- ZPR2 B Habitat diffus et zones naturelles
- ZPR3 Activités
- ZPR4 A Axes principaux
- ZPR4 B Entrées de ville

Planche 3/3 : CHAILLUZ

Echelle : 1:5 000

Direction Urbanisme
Projets et Prospective

Besançon
Grand Besançon Métropole



MAIRIE de BESANÇON

OBJET :

VOI.16.00.A1285

Chemin d'Avanne à Velotte,
rue de Belfort,
chemin du bois St-Paul,
chemin du Cerisier,
chemin de la Chapelle des Buis,
route de Dole,
chemin du fort Benoit RD 413,
route de Franois RD 11,
route de Gray RD 70,
rue Christian Huygens,
route de Lyon RD 683,
chemin de la Malate,
route de Marchaux RD 486,
chemin des Montboucons,
route de Morre RD 571,
chemin de Pirey
et voie de contournement RN 57

Réglementation de la circulation des véhicules

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE - DÉPARTEMENT DU DOUBS

Registre des Arrêtés du Maire de la Ville de Besançon

Nous, Maire de la ville de BESANCON,
Vu le code général des collectivités territoriales et notamment les articles L 2213.1 à L 2213.6,
Vu le code de la route et notamment les articles R. 411-8 et R. 411-25,
Vu l'arrêté municipal C.AD.14.35 du 7 avril 2014 qui donne délégation à Mme Marie ZEHAF,
Vu l'arrêté VOI.12.2289 du 31 décembre 2012,
Vu le code de la route et notamment les articles R 110-2, R.411-2 et R413-3,
Vu l'arrêté VOI.97.081 en date du 17 février 1998,
Considérant les évolutions d'urbanisation et, par conséquence, les évolutions des voiries et des aménagements urbains,
Considérant la nécessité de définir les limites à l'intérieur desquelles les différentes règles de police, de police de circulation et d'urbanisme doivent s'appliquer dans les voies définies par l'article 1,
Considérant les espaces sur lesquels sont groupés des immeubles bâtis rapprochés,

A R R E T O N S

Article 1er : Les limites d'entrées d'agglomération de Besançon sont fixées comme suit :
- sur la route de Lyon RD 683, en direction du centre-ville, 100 mètres après le pont de Velotte
- sur la route de Belfort RD 683, en direction du centre-ville, 40 mètres avant le chemin du Grand Buisson
- sur la RN 57, en direction de Vesoul,
- sur l'échangeur n° 55 "Porte de Vesoul", en direction de Vesoul, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 55 "Porte de Vesoul", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 56 "Porte des Montboucons", en direction de Vesoul, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 56 "Porte des Montboucons", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 57 "Porte de la Bouloie", en direction de Vesoul, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 57 "Porte de de la Bouloie", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 58 "Porte de Gray", en direction de Vesoul, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 58 "Porte de Gray", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 59 "Porte des Tilleroyes", en direction de Vesoul, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 59 "Porte des Tilleroyes", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 60 "Amitié", en direction de Vesoul, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur l'échangeur n° 60 "Amitié", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle de sortie RN 57
- sur la route de More RD 571, en direction du centre-ville, au niveau du chemin des Trois Châtels
- sur la route de Dole RD 673, en direction du centre-ville, à hauteur de la bretelle d'accès à la zone commerciale de Châteaufarine
- sur la route de Gray RD 70, en direction du centre-ville, à 220 mètres de l'échangeur n° 59 "Porte des Tilleroyes"
- sur la route de Marchaux RD 486, en direction du centre-ville, à 135 mètres du chemin de Palente
- sur la route de Franois RD 11, en direction du centre-ville, 300 mètres avant la rue Ambroise Paré

- sur le chemin des Cerisiers RD 106, en direction du centre-ville, 100 mètres avant le le giratoire Sully Prudhomme
- sur la rue Christian Huygens, en direction du centre-ville, au niveau du carrefour de la rue Lafayette et du chemin de la Bousserotte
- sur le chemin de la Malate, en direction de centre-ville, 200 mètres avant le carrefour avec la route de Morre RD 571
- sur le chemin de Pirey, en direction du centre-ville, face au numéro 29
- sur le chemin des Montboucons, en direction du centre-ville, au niveau du chemin de la Naitoure
- sur le chemin du Fort Benoît RD 413, en direction du centre-ville, à 590 mètres de la rue Francis Carco
- sur le chemin de Chalezeule, en direction du centre-ville, entre le chemin du Bois Saint-Paul et le chemin de Clemtigney
- sur le chemin de la Chapelle des Buis, en direction du centre-ville, à 10 mètres du parking de l'église
- sur le chemin d'Avanne à Velotte, en direction du centre-ville, au niveau de la station d'épuration

La signalisation réglementaire de type EB10 est mise en place sur chaque voie citée dans cet article.

Sur toutes les voies ouvertes à la circulation publique, situées à l'intérieur de l'espace défini à l'alinéa précédent, la circulation, l'arrêt et le stationnement des usagers de la route sont soumis aux prescriptions prévues à l'intérieur des agglomérations, sous réserve de dispositions différentes prises par les autorités compétentes.

Article 2 : Les limites de sorties d'agglomération de Besançon sont fixées comme suit :
- sur la route de Lyon RD 683, en direction de Lons-le-Saunier, 100 mètres après le pont de Velotte
- sur la route de Belfort RD 683, en direction de Belfort, à la sortie de l'autopont

- sur la RN 57, en direction de Lons-le-Saunier, à 200 mètres de l'échangeur de Micropolis
- sur la RN 57, en direction de Lons-le-Saunier, à 120 mètres du giratoire "Amitié"
- sur l'échangeur n° 55 "Porte de Vesoul", sur la bretelle d'entrée RN 57
- sur l'échangeur n° 56 "Porte des Montboucons", sur la bretelle d'entrée RN 57

- sur l'échangeur n° 57 "Porte de la Bouloie", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle d'entrée RN 57
- sur l'échangeur n° 58 "Porte de Gray", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle d'entrée RN 57
- sur l'échangeur n° 59 " Porte des Tilleroyes", sur la bretelle d'entrée RN 57
- sur l'échangeur n° 60 "Amitié", en direction de Lons-le-Saunier, sur la bretelle d'entrée RN 57
- sur la route de Morre RD 571, en direction de Pontarlier, au niveau du chemin des Trois Châtels
- sur la route de Dole RD 673, en direction de Dole, au niveau de la bretelle de sortie de la zone commerciale Châteaufarine
- sur la route de Gray RD 70, en direction de Gray, à 220 mètres de l'échangeur n° 59 "Porte des Tilleroyes"
- sur la route de Marchaux RD 486, en direction de Marchaux, à 135 mètres du chemin de Palente
- sur la route de Franois RD 11, en direction de Franois, 300 mètres après la rue Ambroise Paré
- sur le chemin des Cerisiers RD 106, en direction d'Avanne, 100 mètres après le giratoire Sully Prudhomme
- sur la rue Christian Huygens, en direction d'Avanne au niveau du carrefour de la rue Lafayette et du chemin de la Bousserotte
- sur le chemin de la Malate, en direction de la Malate, 200 mètres après le carrefour avec la route de Morre RD 571
- sur le chemin de Pirey, en direction de Pirey, face au numéro 29
- sur le chemin des Montboucons, en direction de Pirey, au niveau du chemin de la Naitoure
- sur le chemin du Fort Benoît RD 413, en direction de la rue de Chalezeule, 590 mètres après la rue Francis Carco
- sur le chemin de Chalezeule, entre le chemin du Bois Saint-Paul et le chemin de Clemetigney
- sur le chemin de la Chapelle des Buis, en direction de la Chapelle des Buis, 10 mètres après le parking de l'église

- sur le chemin d'Avanne à Velotte, en direction d'Avanne, face à la station d'épuration

La signalisation réglementaire de type EB20 est mise en place sur chaque voie citée dans cet article.

Sur toutes les voies ouvertes à la circulation publique, situées à l'intérieur de l'espace défini à l'alinéa précédent, la circulation, l'arrêt et le stationnement des usagers de la route sont soumis aux prescriptions prévues à l'intérieur des agglomérations, sous réserve de dispositions différentes prises par les autorités compétentes.

Article 3 : Les dispositions définies par le présent arrêté prennent effet le jour de la mise en place de la signalisation.

Article 4 : Les dispositions définies par le présent arrêté annulent et remplacent toutes les dispositions contraires antérieures, et l'arrêté n° VOI.12.2289 du 31 décembre 2012, est abrogé.

Article 5 : La juridiction administrative peut être saisie par une personne lésée, par voie de recours formé contre une décision :

- directement dans les deux mois à partir de la notification ou de la publication de la décision attaquée (article 1er du décret n°65.29 du 11 janvier 1965 modifié),
- par l'intermédiaire du représentant de l'état dans le Département (article 4 de la loi 82.213 du 2 mars 1982 modifiée) dans les deux mois à partir de la notification ou de la publication de la décision attaquée et, pour les actes visés à l'article 2 de la loi 82.213 du 2 mars 1982 modifiée, de sa transmission au représentant de l'état.

Article 6 : M. le Directeur Général des Services de la Ville de Besançon, M. le Directeur de la Police Municipale de la Ville de Besançon, M. le Commissaire Central de la Circonscription de Sécurité Publique de Besançon et M. le Directeur Général des Services Techniques de la Ville de Besançon sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera publié et affiché conformément à la réglementation en vigueur.

Fait à Besançon, le 29 juillet 2016
Le Maire,
Jean-Louis FOUSSERET
Et par délégation
Mme l'Adjointe déléguée à la Voirie et à l'Espace Public,
Marie ZEHAF

Panneaux EB10 et EB20 (entrée/sortie d'agglomération)
Plan d'implantation selon l'arrêté de Voirie VOI.16.00.A1285

BESANÇON Art.1-01
BESANÇON Art.2-01
BESANÇON Art.1-02
BESANÇON Art.2-02
BESANÇON Art.1-03
BESANÇON Art.2-03
BESANÇON Art.1-04
BESANÇON Art.2-05
BESANÇON Art.1-05
BESANÇON Art.2-06
BESANÇON Art.1-06
BESANÇON Art.1-07
BESANÇON Art.1-08
BESANÇON Art.2-07
BESANÇON Art.1-09
BESANÇON Art.2-08
BESANÇON Art.1-10
BESANÇON Art.1-11
BESANÇON Art.2-09
BESANÇON Art.1-12
BESANÇON Art.2-10
BESANÇON Art.1-13
BESANÇON Art.2-04
BESANÇON Art.1-14
BESANÇON Art.1-15
BESANÇON Art.2-11
BESANÇON Art.1-16
BESANÇON Art.1-17
BESANÇON Art.2-12
BESANÇON Art.1-18
BESANÇON Art.2-13
BESANÇON Art.1-19
BESANÇON Art.2-14
BESANÇON Art.1-20
BESANÇON Art.2-15
BESANÇON Art.1-21
BESANÇON Art.2-16
BESANÇON Art.1-22
BESANÇON Art.2-17
BESANÇON Art.1-23
BESANÇON Art.2-18
BESANÇON Art.1-24
BESANÇON Art.2-19
BESANÇON Art.1-25
BESANÇON Art.2-20
BESANÇON Art.1-26
BESANÇON Art.2-21
BESANÇON Art.1-27
BESANÇON Art.2-22
BESANÇON Art.1-28
BESANÇON Art.2-23
BESANÇON Art.1-29
BESANÇON Art.2-24

LEGENDE

Panneaux d'agglomération

BESANÇON EB10 - Art.1

BESANÇON EB20 - Art.2

0 0.5 1 km

N

Grand Besançon Métropole

Grand Besançon Métropole
Département des Mobilités - 11/2019 - YG

map data: © les contributeurs d'OpenStreetMap | map style: © OpenStreetMap France (CC-BY-SA)

MAIRIE de BESANÇON

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE - DÉPARTEMENT DU DOUBS

Registre des Arrêtés du Maire de la Ville de Besançon

OBJET :

URB.017.00A 127

Limitation de la luminance des dispositifs publicitaires lumineux ou rétro réflechissants

Nous, Maire de la Ville de BESANCON,

Vu les articles L 2212.1 et 2 du Code Général des Collectivités Territoriales,

Vu le Code de l'Environnement et notamment les articles L 581-1 et suivants et R 581-1 et suivants,

Vu le code de la route et notamment l'article 581-4,

Vu les études de la ville de Besançon sur la luminance des dispositifs publicitaires lumineux,

Considérant que pour assurer la sécurité des usagers de la route, de jour comme de nuit, il y a lieu de limiter l'impact visuel des dispositifs publicitaires lumineux,

Considérant que les études menées par la ville de Besançon préconisent que la luminance moyenne de nuit pour ce type de panneaux ne devrait pas excéder 1000 cd/m² et que la luminance moyenne de jour ne devrait pas excéder 3000 cd/m² pour être confortable et jusqu'à 10000 cd/m² pour être supportable,

A R R E T O N S

Article 1er : Les dispositifs publicitaires lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques ouvertes à la circulation doivent respecter les conditions et normes fixées par les articles ci-après.

Article 2 : Les dispositifs publicitaires lumineux ou rétro réfléchissants doivent être équipés d'un système de réglage automatique de leur luminance en fonction de la luminosité naturelle.

Article 3 : La luminance de jour des dispositifs publicitaires lumineux ou rétro réfléchissants, en fonction de leur situation, de leur orientation et des conditions climatiques, pourra variée de :

- **2500 cd/m² par temps couvert (sans soleil)**
- **A 6000 cd/m² par temps ensoleillé (orientation sud ou ouest)**

Article 4 : La luminance maximale des dispositifs publicitaires lumineux ou rétro réfléchissants de nuit ne doit pas excéder **500 cd/m².**

Article 5 : L'utilisation du blanc pur pour les fonds d'écran est interdite

Article 6 : La juridiction administrative peut-être saisie par une personne lésée, par voie de recours formé contre une décision, directement dans les deux mois à partir de la publication de la décision attaquée (article 1 du décret n) 65.29 du 11 janvier 1965 modifié).

Article 7 : Le Directeur Général des Services de la Ville de BESANCON est chargé de l'exécution du présent arrêté qui sera publié et affiché.

Hôtel de Ville, le 20 juin 2017.
Le Maire,

Jean-Louis FOUSSERET.
Président du Grand Besançon

Préfecture du Doubs
Reçu le 17 JUIL. 2017
Contrôle de légalité

Date affichage :

Affichage début :

Affichage fin :

Règlement Local de Publicité

RLP

Afficher autrement, communiquer mieux

Révision du RLP
arrêté le 16 décembre 2019

DOSSIER 3
ANNEXES

3.1
LEXIQUE

SOMMAIRE

SOMMAIRE **6**

Lexique **8**

Abri destiné au public 8
Activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement 8
Affichage d'opinion 8
Affichage sauvage 8
Agglomération 8
Astreinte administrative 8
Astreinte pénale 9
Autorisation 9
Baie 9
Bâtiment d'habitation 9
Bâtiment navigable 9
Bretelle de raccordement 9
Champ de visibilité 9
Chevalet (dispositif installé directement sur le sol) 9
Colonne porte-affiches 9
Contrat de louage d'emplacement privé 9
Déclaration préalable 10
Dispositif publicitaire 10
Emprise ..... Erreur ! Signet non défini.
Enseigne 10
Façade commerciale 10
Fonds voisin 10
Installé directement sur le sol 10
Kiosque 10
Limite séparative de propriété 10
Mât porte-affiches 11
Mise en demeure 11
Mobilier urbain 11
Mobilier urbain pour l'information (MUPI) 11
Modification 11
Monument historique classé ou inscrit 11

Mur aveugle 11
Palissade de chantier 11
Préenseigne 12
Préenseigne dérogatoire 12
Produits du terroir 12
Publicité 12
Publicité dans les airs 12
Publicité lumineuse 12
Retrait de la voie publique (activités s'exerçant en ...) 12
Saillie 12
Scellé au sol 13
Support existant 13
Suppression ..... Erreur ! Signet non défini.
Temporaires (enseignes et préenseignes) 13
Véhicule publicitaire 13
Voie ouverte à la circulation publique 13

Lexique

Les définitions qui suivent doivent être prises en compte pour l'application du règlement :

Abri destiné au public
Variété de mobilier urbain installé sur le domaine public et destiné à abriter le public. Il peut, à titre accessoire, recevoir de la publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou par transparence sans que sa surface unitaire dépasse 2 m² et sans que sa surface totale excède 2 m² + 2 m² par tranche de 4,5 m² de surface abritée au sol. De plus, l'installation de publicité surajoutée sur le toit des abris est interdite.

Activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement
Constituées au terme de la circulaire du 15 septembre 1985 par les hôtels, restaurants, stations-service et garages, les activités particulièrement utiles pour les personnes en déplacement peuvent bénéficier de préenseignes dérogatoires

Affichage d'opinion
Il est soumis à des dispositions très libérales puisque le maire est tenu de lui réserver des emplacements sur le domaine public ou privé communal. Les surfaces minimales qu'il faudra lui attribuer varient en fonction de la population, de la commune : 4 m² pour les communes de moins de 2000 habitants ; 4 m², plus 2 m² par 2 000 habitants pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ; 12 m², plus 5 m² par 10 000 habitants pour les autres communes au-delà de 10 000 habitants. La soumission de l'affichage d'opinion à autorisation est illégale (CE 31 juillet 1996, Société France Affichage Vaucluse).

Affichage sauvage
La notion d'« affichage sauvage » ne figure pas en tant que telle dans la loi. L'affichage considéré comme sauvage correspond à celui qui ne comporte selon le cas ni le nom et l'adresse, ni la dénomination ou la raison sociale de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposé ou à celui qui a été installée sans l'autorisation écrite du propriétaire de l'immeuble (bâtiment ou terrain selon le cas).

Un maire peut ordonner la suppression de panneaux implantés sans autorisation sur le domaine public communal (CE 26 juillet 1996, Métropole, requête n°127 565). Depuis la loi du 2 février 1995 de tels dispositifs (en infraction avec les articles 5 ou 23) peuvent être enlevés immédiatement d'office après le constat d'infraction (sans mise en demeure préalable).

Agglomération
Désigne un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde" et qu'aux termes du second alinéa de l'article R.44 du code de la route : "Les limites des agglomérations sont fixées par arrêté du maire" ;

Astreinte administrative
Mesure pécuniaire de contrainte destinée à assurer l'exécution d'un arrêté de mise en demeure. Elle est due par dispositif en infraction et par jour de retard.

Astreinte pénale
L'astreinte pénale, prononcée par le tribunal qui ordonne la suppression ou la mise en conformité des dispositifs en infraction.

Autorisation
Délivrée par le maire au nom de la commune pour l'installation d'un dispositif publicitaire. Elle fait suite au dépôt d'un dossier d'autorisation préalable (CERFA 14798*01 dont le contenu est déterminé par arrêté du ministre chargé de l'environnement).

Baie
Ouverture pratiquée dans un bâtiment permettant à la lumière d'y pénétrer.

Bâtiment d'habitation
Est qualifié comme tel, le bâtiment dont l'affectation dominante est l'habitation (CE section 11 octobre 1991 Société Affichage Giraudy). Ne répondent pas à cette qualification les bâtiments à usage professionnel tels que les bureaux, entreprises artisanales, industries, entrepôts, granges...

Bâtiment navigable (publicité sur l'eau)
Bateau, engin et établissement flottant circulant ou stationnant sur les eaux intérieures.

Bretelle de raccordement
Voie de communication permettant de relier une autoroute au reste du réseau routier. Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, les dispositifs scellés au sol sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou d'une voie publique situées hors agglomération.

Chandelle
Dispositif publicitaire dont la hauteur est supérieur à la largeur.

Champ de visibilité
Notion visant à protéger les abords des immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire et des immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque désignés par arrêté municipal. Les publicités sont interdites dans un rayon inférieur à 500 mètres du monument ou de l'immeuble remarquable lorsque ces publicités se situent dans son champ de visibilité ; c'est-à-dire si les dispositifs sont visibles du monument ou de l'immeuble, en même temps que lui, ou que le monument ou l'immeuble est visible à partir des publicités.

Chevalet (dispositif installé directement sur le sol)
Dispositif installé directement sur le sol, qui suivant sa localisation et son message peut être une enseigne, une publicité ou une préenseigne.

Colonne porte-affiches
Variété de mobilier urbain installé sur le domaine public qui ne peut recevoir que des affiches annonçant des spectacles ou des manifestations culturelles et communément appelé "colonne Morris".

Contrat de louage d'emplacement privé
Contrat passé entre un afficheur (le preneur) et le propriétaire d'un immeuble privé (le bailleur) autorisant le premier à installer un dispositif sur l'immeuble du second. Fait par écrit, le contrat est conclu pour une période ne pouvant excéder 6 ans à compter de sa signature. Au-delà, il peut être renouvelé par tacite reconduction par périodes d'une durée maximale d'un an, sauf dénonciation par l'une des parties 3 mois avant son expiration.

Déclaration préalable
Sous réserve de l'application des dispositions de l'article R 581-9, font l'objet d'une déclaration préalable, l'installation, le remplacement, ou la modification :
D'un dispositif ou matériel qui supporte de la publicité
De préenseignes dont les dimensions excèdent 1 m en hauteur et 1.50 m en largeur
Le remplacement ou la modification des bâches comportant de la publicité fait aussi l'objet d'une déclaration préalable à l'autorité compétente en matière de police en vertu de l'article L. 581-14-2.

Dispositif publicitaire
Support pouvant recevoir de la publicité extérieure. Que des inscriptions ou affiches publicitaires y soient ou non apposées, ces supports sont assimilés à des publicités et doivent donc respecter l'ensemble des règles applicables.

Enseigne
Inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce. Si, eu égard à son emplacement, ses dimensions et son intensité lumineuse, elle répond à un objectif publicitaire, l'enseigne sera soumise aux dispositions régissant la publicité : (TA de Paris 21 octobre 1987, Compagnie U.A.P.)

Façade commerciale :
Face ou mur visible de l'extérieur correspondant aux locaux d'un bâtiment dans lequel s'exerce une même activité ou un même service. Un bâtiment commercial ne disposant par exemple que d'une seule face visible de l'extérieur ne disposera donc que d'une seule façade pour y apposer son enseigne.

Fonds voisin
Terrain riverain de celui sur lequel est implanté un dispositif publicitaire ou une enseigne. Cette notion présente un intérêt lorsqu'il est nécessaire de calculer la distance séparant une baie d'un dispositif publicitaire ou d'une enseigne scellés au sol ou installés directement sur le sol, implantés sur un fonds voisin et en avant du plan du mur contenant cette baie.

Installé directement sur le sol
Particularité d'un dispositif publicitaire, d'une enseigne ou d'une préenseigne, qui n'a pas nécessité d'emprise dans le sol pour son installation.

Kiosque
Variété de mobilier urbain, les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifiés sur le domaine public peuvent recevoir de la publicité dont la surface unitaire ne peut dépasser 2 m², sans que la surface totale de la publicité ne puisse excéder 6 m². L'installation de publicités surajoutées sur le toit des kiosques est interdite.

Limite séparative de propriété
Tracé délimitant les contours d'une propriété immobilière. Les dispositifs publicitaires et préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol, ainsi que les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter une distance minimale par rapport à la limite séparative de propriété. Cette distance, calculée d'un point quelconque du dispositif, ne doit pas être inférieure à la moitié de la hauteur totale du dispositif. Cette règle est communément appelée "règle du H/2". Toutefois, deux enseignes de mêmes dimensions peuvent être accolées dos à dos sur la limite séparative de propriété si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins.

La limite séparant le terrain d'assiette d'un dispositif publicitaire de la voie publique ne saurait être regardée comme une limite séparative de propriété pour l'application des règles de recul (CE section 10 décembre 1993 Montaignac).

Remarque : Il est malgré tout possible d'imposer un recul du dispositif par rapport à la voie publique par le biais d'un règlement spécial de publicité (CE 29 juillet 1998, Commune d'Anglet contre Chambre syndicale française de l'affichage, requête n°158 646). La règle du recul s'applique par rapport au domaine privé de la commune (TA de Nantes 1er décembre 1992, Société CRIP contre Ville d'Angers, requête n°91 631).

Mât porte-affiches
Variété de mobilier urbain composé de 2 panneaux situés dos à dos et présentant une surface maximale unitaire de 2 m² ; ils ne peuvent recevoir que des affiches annonçant des manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives. En conséquence, la publicité commerciale y est interdite.

Mise en demeure
Acte, pris sous la forme d'un arrêté, par lequel l'autorité administrative (maire ou préfet) ordonne à la personne qui a apposé, fait apposer ou maintenu après mise en demeure, une publicité, enseigne ou préenseigne irrégulière de mettre son dispositif en conformité ou de le supprimer lorsque la mise en conformité n'est pas possible.

Mobilier urbain
Installé sur le domaine public, il a vocation à satisfaire certains besoins des usagers. Certains types de mobilier urbain peuvent, à titre accessoire, recevoir de la publicité sous certaines conditions (voir : Abri, Colonne porte-affiches, Kiosque, Mât porte-affiches, Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires).

Mobilier urbain pour l'information (MUPI)
Variété de mobilier urbain qui peut recevoir de la publicité commerciale sous réserve qu'elle soit seulement accessoire par rapport à l'information non publicitaire à caractère général ou local ou à des œuvres artistiques.

Modification
Toute transformation affectant l'aspect extérieur, l'orientation, les dimensions ou les caractéristiques du dispositif doit faire l'objet d'une déclaration préalable. Remarque : la modification concerne un dispositif qui reste en place. En conséquence, la suppression d'un dispositif en infraction ne fait pas l'objet d'une déclaration préalable.

Monument historique classé ou inscrit
Monument dont la conservation présente un intérêt public au point de vue de l'histoire ou de l'art. L'implantation de toute publicité et préenseigne est interdite sur ce monument. La position d'une enseigne y est soumise à autorisation du maire après avis conforme de l'architecte des bâtiments de France. Il en est de même dans un rayon de 100 mètres si le dispositif se trouve dans le champ de visibilité du monument.

Mur borgne
Se dit d'un mur qui ne comporte pas d'ouvertures.

Palissade de chantier
Eléments métalliques, en bois ou autres matériaux, destinés à assurer la clôture d'un chantier et la sécurité des usagers des voies à l'égard des travaux immobiliers effectués à proximité de celles-ci. Les palissades de chantier peuvent recevoir de la publicité ou de l'affichage d'opinion sous réserve de recevoir une autorisation de voirie.

Selon que la palissade fait l'objet d'une emprise ou non dans le domaine public, son installation fait l'objet, soit d'une permission de voirie délivrée par l'autorité propriétaire du domaine, soit d'une permission de stationnement délivrée par l'autorité de police (CE 7 janvier 1987 ville de Bordeaux).

Préenseigne
Inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée. Elle est soumise au régime de la publicité.

Préenseigne dérogatoire
L'article L 581-19 du code de l'environnement définit les activités susceptibles d'être signalées par des préenseignes dérogatoires.
Il s'agit des activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales, les activités culturelles et les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Produits du terroir (activités en relation avec la fabrication ou la vente par des entreprises locales)
Aucune disposition législative ou réglementaire et aucune décision de la juridiction administrative n'ont précisé la notion de produit du terroir. Ces activités semblent correspondre à des produits régionaux ou locaux dont la fabrication ou la vente est nécessairement implantée dans l'espace rural et éventuellement attachée à une appellation d'origine contrôlée « vin de Loire, escargots de Bourgogne, poulets fermiers du Gers... ». Le simple caractère « artisanal » d'une production ne suffit pas à admettre une possibilité de préenseignes dérogatoires dès lors que cette production n'est pas attachée à un terroir en raison de son appellation géographique ou de sa tradition historique. Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales peuvent bénéficier de préenseignes dérogatoires.

Publicité
Inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, ainsi que les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Publicité dans les airs
Aucun décret d'application ne réglemente cette forme de publicité. Elle demeure néanmoins soumise à un arrêté ministériel du 16 mars 1955 qui prévoit un régime d'autorisation accordé par le Ministre chargé des transports après avis du Ministre de l'intérieur. La demande doit comporter les indications suivantes : Nom, prénom et adresse du propriétaire de l'aéronef, numéro et date du certificat d'immatriculation, marques d'immatriculation, type d'appareil ainsi que les nature, dimensions et emplacement de l'inscription publicitaire.

Publicité lumineuse
Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Elle doit respecter des conditions spécifiques d'implantation comme définit dans le Code de l'environnement.
Remarque : si la publicité éclairée par projection ou par transparence constitue bien de la publicité lumineuse, elle est soumise aux dispositions qui régissent la publicité non lumineuse.

Retrait de la voie publique (activités s'exerçant en ...)
Activités s'exerçant sur des terrains auxquels on accède par un chemin privatif, une impasse ou une cour intérieure et qui ne sont pas situés en bordure d'une voie publique.

Saillie
Partie d'un dispositif publicitaire qui avance sur la voie publique.

Scellé au sol
Particularité d'un dispositif qui nécessite une emprise dans le sol pour son installation.

Support existant
Support pouvant recevoir de la publicité ou des enseignes, mais n'ayant pas été prévu à cet effet. Il s'agit de clôtures ou de murs de bâtiments qui admettent la publicité quelle que soit la taille de l'agglomération, sous réserve d'observer les prescriptions spécifiques à chaque support.

Temporaires (enseignes et préenseignes)
Dispositifs signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, des opérations exceptionnelles de moins de trois mois, ou signalant pour plus de trois mois des travaux publics, des opérations immobilières telles que lotissement, construction, réhabilitation, location et vente d'immeuble ou signalant la location ou la vente d'immeuble. Ces enseignes et préenseignes temporaires peuvent être : installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

Totem
Un totem publicitaire est une enseigne signalétique dont l'utilité principale est d'informer le public, de l'orienter et d'attirer le client. Généralement de forme verticale**,** il est placé à l'entrée d'un site ou fixé sur un mur.

Véhicule publicitaire
Véhicule terrestre utilisé ou équipé à des fins essentiellement publicitaires.

Vitrophanie
Une vitrophanie est un autocollant destiné à être appliqué sur une vitre, une vitrine, et à être vu de l'extérieur.

Voie ouverte à la circulation publique
Voie publique ou privée qui peut être librement empruntée, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.