

38 - Règlement local de Publicité - Débat au Conseil Municipal

M. l'Adjoint LOYAT, Rapporteur : L'affichage publicitaire est régi par des dispositions du Code de l'Environnement qui définit un ensemble de règles applicables aux dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes pour assurer la protection du cadre de vie tout en réaffirmant la liberté d'expression. Les communes compétentes en matière de PLU qui le souhaitent peuvent s'approprier cette compétence en élaborant un Règlement Local de Publicité. C'est la décision prise par le Conseil Municipal du 22 mars dernier.

I - Rappel du contexte

Depuis 2008, le Grand Besançon pilote une démarche d'harmonisation de l'affichage publicitaire sur les grands axes du territoire dans le cadre de la réflexion «requalification des entrées de villes et itinéraires principaux» et des actions conduites dans le cadre de la Charte Environnement.

Une phase de diagnostic (recensements des dispositifs, des sites à enjeux, des infractions), a permis de mettre en évidence l'insuffisance de la réglementation nationale pour assurer la maîtrise et l'harmonie des dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes au regard d'objectifs de qualité du cadre de vie.

Dès lors, sur la base d'enjeux stratégiques, 18 communes ont décidé d'élaborer des Règlements Locaux de Publicité (RLP) harmonisés à l'échelle du territoire. Six groupes ont été constitués pour conduire ensemble les procédures. La Ville de Besançon travaille ainsi de concert avec les communes dites «centre» de Beure, Thise, Chalezeule et Franois.

La volonté de favoriser une harmonisation de l'image de l'Agglomération à travers la gestion des publicités, enseignes et préenseignes se traduira par l'instauration de règles communes pour la surface des dispositifs, leur densité et leur qualité.

La Ville de Besançon dispose de deux zones de publicité restreintes établies en 1983 et 1986 qui méritent d'être actualisées compte tenu des diverses évolutions législatives et d'une nouvelle conception urbaine qualitative du paysage.

La loi du 12 juillet 2010, Grenelle II, a modifié la procédure d'élaboration des Règlements Locaux de Publicité en calquant la procédure sur celle de l'élaboration des PLU.

Par délibération du 22 mars 2012, le Conseil Municipal a décidé de l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité et engagé la phase de concertation préalable.

II - Les enjeux

- Améliorer le cadre de vie et l'attractivité du territoire
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural du centre-ville compris dans le périmètre d'un site inscrit et des secteurs sauvegardés
- Améliorer la qualité des paysages urbains en offrant un cadre de vie agréable
- Garantir des zones d'activités dynamiques et des entrées de villes attractives.

III - Objectifs

Le futur RLP comprendra les documents suivants :

- un rapport de présentation justifiant les solutions mises en place,
- le règlement,
- une carte de zonage,
- un lexique,
- un guide des devantures commerciales pour les commerçants installés en centre-ville.

Il aura comme principaux objectifs :

- d'harmoniser l'aspect des préenseignes
- d'améliorer la lisibilité des zones d'activités en harmonisant le nombre et la surface des enseignes
- de favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes
- de favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre et la surface des publicités sur façades
- de favoriser l'intégration de la publicité scellée au sol en limitant les surfaces et en instaurant des règles d'interdistance
- de diminuer en nombre et en taille les dispositifs.

Type de dispositif	Objectifs du RLP
Préenseigne	Faire disparaître les préenseignes au profit d'une signalétique directionnelle non publicitaire Harmoniser l'aspect avec des formats adaptés
Enseignes	Améliorer la lisibilité des zones d'activités en limitant le nombre et la surface des enseignes scellées au sol Fixer des exigences qualitatives en secteurs sauvegardés Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes
Publicité	Favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre et la surface des publicités en façade Favoriser l'intégration en limitant la densité et la surface des publicités scellées au sol. Réintroduire de façon mesurée la publicité en Secteurs Sauvegardés

Propositions

Le Conseil Municipal est invité à :

- débattre sur les orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité
- acter de ce point d'étape important dans la procédure de révision du PLU.

«M. LE MAIRE : Michel, je te laisse présenter cela assez rapidement !

M. Michel LOYAT : Oui, merci Monsieur le Maire. Nous sommes toujours dans la phase de concertation préalable concernant le règlement local de publicité. C'est la raison pour laquelle d'ailleurs ce rapport est un rapport sans vote. Lorsque la phase de concertation préalable sera terminée, nous en tirerons le bilan au Conseil Municipal et nous arrêterons le projet, et à ce moment-là bien entendu il y aura un vote et ensuite une enquête publique. En fait, c'est la même procédure que celle du Plan Local d'Urbanisme. Vous avez ce rapport de concertation préalable soumis à la population. Je pense que vous l'avez lu. La démarche y est rappelée. Nous sommes engagés dans une démarche intercommunale et cela c'est très important. Il est important d'harmoniser pour les entrées de ville en matière de publicité, d'enseignes, de pré-enseignes. Il est important d'avoir les mêmes règles pour les zones d'activités. On vient de parler des zones commerciales, qu'il y ait les mêmes règles pour la zone commerciale de Châteaufarine et celle de Valentin ou celle des Marnières, cela paraît tout à fait logique, or elles sont sur des communes différentes. De la même manière, sur des grands axes, il est tout à fait intéressant et même important qu'il y ait les mêmes règles. Cela ne veut pas dire que l'on ne prenne pas en compte les spécificités du territoire communal, il y a des spécificités, il y a le centre ancien, il y a des axes également que l'on ne retrouve pas dans les autres communes. Nous sommes donc dans une démarche intercommunale mais du fait de la loi, nous avons une procédure qui, elle, se fait au niveau communal, les votes ont lieu au niveau communal mais c'est le Grand Besançon, c'est la Communauté d'Agglomération qui se charge de l'harmonisation pour les dix huit communes qui sont engagées dans le Règlement Local de Publicité. Les intentions sont exprimées en quelques mots, enfin un peu plus que quelques mots, dans le dossier qui est joint. Je ne vais pas les résumer, dire quand même que ce qui est affiché, c'est un certain volontarisme pour améliorer la qualité paysagère.

La publicité sur Besançon a fait l'objet d'un travail à partir des années 80 mais c'était dans les années 80, il faut actualiser, il faut aller plus loin. Dans d'autres communes, au contraire, la réglementation nationale est très insuffisante. L'intention, elle, est claire ; il s'agit de réduire la publicité, réduire les enseignes et pré-enseignes, de mieux organiser à la fois la publicité, les enseignes, les pré-enseignes et la publicité du mobilier urbain. Réduire ça ne veut pas dire éradiquer. Après il y a différentes zones, il y a différents secteurs, donc prendre en compte les axes, prendre en compte les entrées de ville, prendre en compte le centre ancien, c'est le travail qu'a fait un bureau d'études et qui a été soumis à un groupe d'élus qui suit ce travail. Le bureau d'études c'est ALCO qui a fait un diagnostic déjà depuis plusieurs années et un certain nombre de propositions. Nous sommes donc je le répète dans la phase de concertation. Il y aura une réunion publique organisée à l'échelle de plusieurs communes. Nous faisons partie du groupe Besançon-Thise-Chalezeule-Beure, voilà, les communes se groupent là, il y aura une réunion publique. Egalement dans le cadre de cette concertation il y a ce que l'on appelle des personnes publiques associées, les chambres consulaires, on comprend très bien que la Chambre de Métiers, que la Chambre de Commerce, soient consultées et également le Syndicat Mixte du SCOT et associées à la démarche. Et puis naturellement, à la demande, nous serons prêts dans la phase de concertation à organiser les réunions qui s'avèreraient nécessaires. Voilà chers collègues quelques mots pour lancer le débat sur la publicité.

Marie-Noëlle SCHOELLER : Je requiers votre attention. On me signale qu'on entend sur Internet toutes les conversations privées, enfin les petites conversations entre vous.

M. Philippe GONON : Nous voterons favorablement sur un futur règlement local de publicité dès lors que nous améliorerons l'esthétisme de notre ville défigurée souvent par des panneaux anarchiques. Donc de ce côté-là nous suivrons la présentation de M. LOYAT sans problème. Simplement ce que nous demandons à la Municipalité, à la Ville de Besançon, c'est d'associer très en amont les professionnels qui sont souvent dépendants des publicités. Je pense par exemple aux hôtels, aux restaurants ; pour eux la publicité et même ces petits panneaux sont des éléments indispensables de leur activité quotidienne. Donc plutôt que de les associer au moment de la concertation machin etc. les procédures administratives lourdes, ce que nous souhaitons, ce que nous voudrions c'est que dès à présent les professions les plus touchées par ce nouveau règlement soient associées véritablement, un vrai travail de concertation et de proposition, à l'élaboration de ce futur règlement.

Mme Marie-Noëlle SCHOELLER : Merci Monsieur GONON. Il s'agissait donc d'un rapport d'information qui n'est pas soumis au vote et je ne vois pas d'autres questions».

Après en avoir débattu, le Conseil Municipal a pris acte de ce point d'étape.

Récépissé préfectoral du 20 décembre 2012.