Révision du règlement local de publicité (RLP)

de la commune de BOURG-EN-BRESSE

Dossier d’enquête publique

Note de présentation

**PREAMBULE**

Conformément à l’article R.123-8 2°du Code de l’environnement, le dossier d’enquête publique comprend «en l’absence d’évaluation environnementale (...), une note de présentation précisant les coordonnées du maître d’ouvrage ou de la personne publique responsable du projet, plan ou programme, l’objet de l’enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l’environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu».

**LES COORDONNEES DU MAITRE D’OUVRAGE**

Ville de Bourg-en-Bresse

Place de l’Hôtel de Ville

BP 90419

01012 BOURG EN BRESSE CEDEX

Tel : 04 74 45 71 99

Le responsable du projet de révision du règlement local de publicité est Monsieur Jean-François DEBAT, Maire de la commune de Bourg-en-Bresse.

**OBJET DE L’ENQUETE PUBLIQUE**

La révision du règlement local de publicité (RLP) de la Ville de Bourg-en-Bresse.

**TEXTES REGISSANT L’ENQUETE PUBLIQUE**

* Code de l’Urbanisme : Les articles L.153-19 et R.153-8 à R.153-10.
* Code de l’environnement : Chapitre III du titre II du livre Ier parties législatives et règlementaires (articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants).

Eléments de la procédure :

Cadre juridique : Article L 581-14-1 du code de l’environnement-Article L.153-19 du code de l’urbanisme.

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 titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme (article L.581-14-1 du code de l’environnement).

Selon les dispositions de l'article L.153-19 du Code de l'urbanisme, l'enquête publique est réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement.

L’enquête publique portant sur le RLP est régie par le Code de l’environnement, et, notamment, les articles L. 123-1 et suivants et R. 123 -1 et suivants.

La Chambre d’Agriculture de l’Ain et le Conseil Départemental de l’Ain ont émis un avis favorable sur le projet de règlement arrêté. L’avis exprimé par la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites de l’Ain, réunie en formation spécialisée « publicité » le 22 mars 2022, est également favorable.

Conformément aux dispositions des articles L 153-16 et R 153-4 du code de l’urbanisme, les personnes publiques associées ont été sollicitées.

Le bilan de la concertation figure dans le dossier d’enquête publique.

**INSERTION DE L’ENQUETE PUBLIQUE DANS LA PROCEDURE DE REVISION DU RLP**

La procédure de révision du règlement local de publicité a été engagée par délibération du conseil municipal, en date du 16 décembre 2019 (délibération n°2019.12.02A).

Dans le cadre de l’association des personnes publiques associées et de la concertation avec les professionnels et le public, diverses réunions se sont tenues.

Le bilan de la concertation a été acté par le conseil municipal et le projet de règlement arrêté par le conseil municipal le 20 décembre 2021 (délibération n°2021.12.07).

Il a été transmis pour avis, aux services de l’Etat et personnes publiques associées, ainsi qu’au préfet pour demande d’avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites de l’Ain.

Le projet est soumis à enquête publique conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l’environnement.

**DECISIONS POUVANT ETRE ADOPTEES AU TERME DE L’ENQUETE PUBLIQUE**

A l’issue de l’enquête publique, le projet de RLP, éventuellement modifié pour tenir compte du rapport et des conclusions motivées du commissaire enquêteur et des avis et observations des personnes publiques consultées, sera soumis pour approbation au conseil municipal de la Ville de BOURG-EN-BRESSE.

**LES DIFFERENTES ETAPES DE L’ENQUETE PUBLIQUE**

Saisine du tribunal administratif de Lyon et désignation par décision

n° E22000040/69 en date du 31/03/2022 de Monsieur Gérard BLANCHET, en qualité de commissaire enquêteur.

Arrêté n°59725 du 05/04/2022 de Monsieur le maire portant organisation de l’enquête publique sur le projet de règlement local de publicité (RLP) de la Ville de Bourg-en-Bresse.

Mesures de publicités :

* Affichage de l’avis d’enquête publique en mairie de Bourg-en-Bresse 15 jours au moins avant le début de l’enquête et pendant toute la durée de celle-ci;
* Insertion de l’avis d’enquête publique dans deux journaux paraissant dans le département 15 jours au moins avant le début de l’enquête et rappel dans les 8 premiers jours de celle-ci;
* Publication de l’avis d’enquête publique sur le site internet de la commune
* Enquête publique du 25 avril au 25 mai 2022 inclus, soit une durée de 31 jours.

Le dossier d’enquête publique et le registre d’enquête seront mis à disposition en mairie de Bourg-en-Bresse (table de consultation, 2ème étage, à droite des escaliers)

Place de l’Hôtel de Ville – BP 90419 – 01012 BOURG-EN-BRESSE Cedex - Tel : 07 74 45 71 99

aux jours et heures habituels d’ouverture au public : du lundi au vendredi : de 8h30 à 12h et de 13h30 à 17h

Et sur le site internet à l’adresse : <https://www.bourgenbresse.fr/>.

A l’expiration du délai d’enquête, les registres seront clos et signés par le commissaire enquêteur.

Dès réception du registre et des documents annexes, le commissaire enquêteur devra remettre au Maire ses observations consignées dans un procès-verbal de synthèse, en l’invitant à produire dans un délai de 15 jours ses observations éventuelles. Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l’enquête, le commissaire enquêteur adressera au Maire son rapport et des conclusions motivées.

Ce rapport pourra être consulté à la préfecture de l’Ain à Bourg-en-Bresse, et en mairie de Bourg-en-Bresse pendant une durée d’un an. Il sera également consultable sur le site Internet de la Ville (pendant une durée d’un an à compter de sa mise en ligne).

**CONTENU DU DOSSIER D’ENQUETE PUBLIQUE**

Les documents exigés dans le dossier d’enquête publique :

* Art. R.123-8 du Code de l’environnement : « 1° Lorsqu'ils sont requis, l'étude d'impact et son résumé non technique, le rapport sur les incidences environnementales et son résumé non technique, et, le cas échéant, la décision prise après un examen au cas par cas par l'autorité mentionnée au IV de l’article L 122-1 ou à l’article L 122-4, l’avis de l’autorité environnementale mentionné au III de l’article L 122-1 et à l’article L 122-7 du présent code ou à l’article L 104-6 du code de l’urbanisme, ainsi que la réponse écrite du maître d’ouvrage à l’avis de l’autorité environnementale».
* Art. R.123-8 du Code de l’environnement : « 2° En l'absence d'évaluation environnementale le cas échéant, la décision prise après examen au cas par cas ne soumettant pas le projet, plan ou programme à évaluation environnementale et, lorsqu’elle est requise, l’étude d’incidence environnementale mentionnée à l’article L 181-8 et son résumé non technique, une note de présentation précisant les coordonnées du maître d’ouvrage ou de la personne publique responsable du projet, plan ou programme, l’objet de l’enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé les principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l’environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu ».
* Art. R.123-8 du Code de l’environnement : « 3° La mention des textes qui régissent l'enquête publique en cause et l'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative au projet, plan ou programme considéré, ainsi que la ou les décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête et les autorités compétentes pour prendre la décision d'autorisation ou d’approbation ».
* Art. R.123-8 du Code de l’environnement : « 4° Lorsqu'ils sont rendus obligatoires par un texte législatif ou réglementaire préalablement à l'ouverture de l'enquête, les avis émis sur le projet plan, ou programme».
* Art. R.123-8 du Code de l’environnement : « 5° Le bilan de la procédure de débat public organisée dans les conditions définies aux articles L. 121-8 à L. 121-15, de la concertation préalable définie à l'article L. 121-16 ou de toute autre procédure prévue par les textes en vigueur permettant au public de participer effectivement au processus de décision. Il comprend également l’acte prévu à l’article L 121-13. Lorsque aucun débat public ou lorsque aucune concertation préalable n’a eu lieu, le dossier le mentionne ».

**CARACTERISTIQUES LES PLUS IMPORTANTES DU PROJET ET RESUME DES PRINCIPALES RAISONS POUR LESQUELLES LE PROJET, SOUMIS A ENQUETE A ETE RETENU**

Le règlement local de publicité de Bourg-en-Bresse est caduc depuis le 13 janvier 2021 (art. 29 loi 2020-734 du 17/06/20).

La réglementation nationale applicable à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes a été très profondément modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l’environnement et le décret n°2012 -118 du 30 janvier 2012, en apportant de nouvelles restrictions (règles de densité, diminution des surfaces unitaires, restrictions concernant la publicité lumineuse...) mais aussi de nouvelles possibilités (bâches publicitaires, micro-affichage...).

Il convient donc de mettre en adéquation les règles locales et le nouveau cadre juridique.

**Les objectifs de la révision** ont été ainsi fixés par délibération du 16/12/2019 :

* Préserver une image attractive de la commune grâce à une réduction significative de l'affichage publicitaire
* Protéger le cadre de vie grâce à une diminution importante de la pollution visuelle
* Limiter la consommation énergétique liée à l'affichage publicitaire.

**Les grandes lignes du projet** sont les suivantes :

ORIENTATIONS

La règlementation nationale, l’étude des enjeux, l’analyse des règlements en vigueur et tous les constats, tant en matière de publicité que d’enseignes, ont permis d’établir les orientations pour les futures règles du RLP.

PUBLICITÉ :

**Organiser et maîtriser la publicité aux entrées de ville et dans les points de vue :**

Première perception des visiteurs arrivant sur le territoire, ces espaces doivent être aménagés.

**Limiter la densité :**

Les règles actuelles du RNP ne limitent pas totalement la multiplication de panneaux sur une même unité foncière. Elles doivent être renforcées par des règles de densité.

**Réduire et harmoniser la surface de dispositifs :**

La surface des publicités doit être adaptée aux lieux les environnant aﬁn de mieux les intégrer.

Le format maximum admis dans les 4 autres communes limitrophes est de 4 m². Dans un esprit d’harmonisation, cette même surface pourrait s’appliquer sur les propriétés privées dans les quartiers résidentiels.

**Accepter raisonnablement la publicité sur mobilier urbain, notamment dans les sites protégés :**

Le mobilier urbain publicitaire rend un service aux usagers de l’espace public. Pour autant, ces mobiliers ne doivent pas porter atteinte aux secteurs protégés au titre du code de l’environnement.

**Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non de la publicité numérique :**

L’écran numérique a un fort impact sur le cadre de vie en raison de sa luminosité. Il ne peut être accepté partout.

**Fixer des horaires d’extinction pour la publicité lumineuse :**

La réduction de la facture énergétique et la lutte contre la pollution lumineuse nocturne conduisent à imposer une plage horaire d’extinction nocturne plus importante que la règle nationale.

ENSEIGNES :

**Adapter les dimensions des enseignes numériques et les lieux où elles seraient autorisées :**

Le RNP ne ﬁxe pas de règles particulières aux enseignes numériques. Le RLP doit en limiter les lieux d’installation et les dimensions.

**Fixer des horaires d’extinction :**

Pour les mêmes motifs que pour la publicité et dans une volonté d’harmonisation, la plage d’extinction nocturne sera étendue, avec les mêmes horaires.

ZONAGE

Les attentes de traitement en matière de publicité et d’enseignes étant distincts, deux zonages sont créés, l’un pour la publicité et l’autre pour les enseignes. Une règlementation adaptée est proposée pour chacune des zones.

Publicité

Le diagnostic a identiﬁé 5 secteurs à enjeux.

**Zone 1 :** Les secteurs à haute qualité environnementale (espaces boisés classés et zones N du PLU en agglomération) sont regroupés dans cette zone.

**Zone 2 :** Le centre-ville recouvre le futur site patrimonial remarquable en projet et une extension à l’intérieur des boulevards.

Cette zone doit bénéﬁcier d’une forte protection contre la publicité du fait de sa qualité architecturale et des monuments qu’elle comporte

**Zone 3 :** Les entrées de ville sont le premier contact entre la ville et les personnes en déplacement. Il est donc important de les prémunir contre la profusion ou les grandes dimensions de la publicité. Les cônes de vues repérés au plan local d’urbanisme sont intégrés dans cette zone pour dégager les perspectives sur la ville.

**Zone 4 :** Regroupant les grands axes, sur une largeur de 30 mètres de part d’autre du centre de la voie, et les zones d’activités ou commerciales, ce sont les secteurs qui sont à même de recevoir la publicité dans ses plus grandes dimensions.

**Zone 5 :** Cette zone recouvre le reste du territoire aggloméré non compris dans les autres zones. Les caractéristiques de son tissu urbain essentiellement résidentiel justiﬁent une large protection contre les excès de la publicité.

Enseignes

Dans une approche de traitement équitable sur toute la commune pour les acteurs économiques, il n’est pas créé de zonage pour les enseignes. Les règles s'appliquent sur la totalité du territoire communal.

PARTIE RÈGLEMENTAIRE

Publicité

Dispositions générales :

1° La publicité peut être admise dans les lieux d’interdiction relative. Il est donc posé en principe général la dérogation aux interdictions ﬁxées par l’article L.581-8 du code de l’environnement et la soumission des publicités au régime déﬁni dans chaque zone. Cette dérogation répond aux enjeux économiques propres à ces zones tout en veillant au maintien de la protection de l’environnement architectural et urbain.

2° Le respect de l’architecture est une préoccupation qui s’inscrit dans le RLP. Pour protéger les façades,

la règle d’interdiction de la publicité à moins de 0,50 m du sol s’étend à toute arête verticale du mur qui la supporte.

3° Les murs de clôture ou les clôtures, éléments structurants du paysage urbain, doivent demeurer visibles et la publicité ne peut y être apposée.

4° Une règle de densité pour les unités foncières situées à l’angle de deux voies ouvertes à la circulation publique est ﬁxée. Seul le côté le plus long est pris en compte pour le calcul de la densité publicitaire.

En outre, une installation sur le plus long côté est imposée, même s’il n’est pas celui qui borde la voie publique ayant le plus important traﬁc routier.

5° Pour lutter contre la pollution lumineuse nocturne et limiter la facture énergétique, la plage horaire d’extinction ﬁxée par le RNP de 1 h à 6 h est étendue de 23 h à 6 h, à l’identique des enseignes. Par souci d’égalité de traitement, cette règle s’applique également à la publicité sur mobilier urbain, abris voyageurs compris.

6°Le domaine ferroviaire, dont la structure foncière est spéciﬁque, fait l’objet d’un traitement particulier.

**Zone 1 :**

Dans cette zone au caractère environnemental très sensible, la protection est totale puisque toute forme de publicité y est interdite.

**Zone 2 :**

Dans la continuité du règlement précédent, la publicité est interdite sur propriété privée.

Majoritairement installés sur le sol par les commerçants, les chevalets sont admis. Pour limiter l’encombrement du domaine public, un seul est admis par établissement. Il doit être positionné au droit de cet établissement et respecter les normes d’accessibilité.

La publicité est admise sur les mobiliers urbains, en raison de ses fonctions d’intérêt général. L’implantation de chaque mobilier est soumise à l’accord de la collectivité, préservant ainsi le domaine public d’implantations intempestives. La surface des dispositifs visés à l’article R.581-47 est limitée à 2 mètres RLP de la commune de Bourg-en-Bresse.

Aﬁn de prendre en compte l’évolution technologique, ces mobiliers peuvent recevoir de la publicité numérique dont la surface est limitée à 2 mètres carrés en raison de leur impact sur le cadre de vie. Cette surface unique est retenue pour tous les dispositifs numériques, qu’ils soient sur mobiliers urbains ou sous forme d’enseignes.

La publicité de petit format reste interdite dans le SPR en cours d’études, mais admise sur le reste de la zone conformément au RNP.

La publicité sur bâche de chantier est autorisée, du fait de son caractère éphémère, dans le respect des conditions du RNP (installation sur les échafaudages nécessaires à la réalisation des travaux pendant la durée d’utilisation effective).

**Zone 3 :**

Les chevalets sont admis pour les mêmes raisons et dans les mêmes conditions qu’en zone 2.

La publicité de petit format se conforme au RNP en application du jugement de la Cour Administrative d’Appel de Bordeaux du 26 avril 2021.

**Zone 4 :**

La largeur des voies et l’architecture des bâtiments dans ces secteurs sont propices à l’implantation de la publicité. Celle-ci est donc admise, avec toutefois des restrictions destinées à prévenir les excès.

La publicité est interdite sur unités foncières dont le linéaire de façade est inférieur à 40 m. Un seul dispositif, qu’il soit mural ou scellé au sol, est admis sur les unités foncières dont le linéaire de façade est supérieur à 40 mètres.

La surface publicitaire maximale est ramenée de 13,5 m² à 10, 5 m² (nb : de 12 m2 à 8 m2 de surface publicitaire) et la densité à 1 dispositif par unité foncière, qu’il soit mural ou scellé au sol.

Dans le même objectif de réduire la présence de la publicité, la surface sur mobilier urbain est limitée à 8 m².

Des règles d’harmonisation sont imposées aux dispositifs scellés au sol.

La publicité numérique est autorisée avec une surface réduite à 2 m² au regard de son impact visuel.

**Zone 5 :**

La publicité est admise sur mur ou scellée au sol. Sa surface est limitée 4 mètres carrés, en cohérence avec la surface admise dans les 4 autres communes de l’unité urbaine.

Ses implantations étant très peu nombreuses, la publicité supportée par le mobilier urbain peut supporter une surface limitée à 8 mètres carrés.

Pour respecter le caractère apaisé des lieux composant cette zone, la publicité numérique n’est autorisée que sur le mobilier urbain avec une surface réduite à 2 m².

La publicité sur bâche, de chantier ou publicitaire, du fait de ses dimensions ne trouve pas sa place dans ces secteurs

Enseignes

Le RNP a fortement renforcé la réglementation des enseignes en 2012. Aussi, et aﬁn de ne pas nuire à l’activité économique, la Ville n’a pas souhaité être plus restrictive à l’exception des horaires d’extinction et des dispositifs numériques.

Les horaires d’extinction des enseignes lumineuses sont réglementés. Comme pour la publicité, la plage horaire d’extinction ﬁxée par le RNP de 1 h à 6 h est étendue de 23 h à 6 h, en alignement sur les horaires d’extinction des façades des bâtiments publics.

Du fait de leur consommation énergétique et de l’impact de leur luminosité, les enseignes numériques sont réservées aux zones d’activités ou commerciales.

Elles sont autorisées uniquement sur façade avec une surface de 2 m² en cohérence avec les surfaces de la publicité numérique.

A l’intérieur des vitrines, leur surface est réduite à 1 m².