



**PRÉFET  
DU TERRITOIRE  
DE BELFORT**

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*

<b>COMPTE-RENDU</b>		28/07/23
		Préfecture
<b>Direction de l'animation des politiques publiques interministérielles</b>  <b>Bureau de l'Environnement</b>	<b>COMMISSION DEPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES DU TERRITOIRE DE BELFORT</b>  <b>Formation dite « de la publicité »</b>  <b>Règlement local de publicité de la ville de Belfort</b>  <b>Réunion du 21 juin 2023</b> <b>sous la présidence de M. Renaud NURY,</b> <b>secrétaire général</b>	
<b>Participants :</b>	<b>1<sup>er</sup> collège (services de l'Etat)</b> M. Eric PETOT, DDT Mme Mathilde NEUVILLE, UDAP 90 M. Jean-Pierre LESTOILLE, DREAL Bourgogne Franche-Comté donne mandat à la DDT Mme Céline CARDOT, DDETSPP donne mandat à l'UDAP 90  <b>2<sup>e</sup> collège (collectivités territoriales et EPCI)</b> M. Jacques ALEXANDRE, maire de Joncherey M. Jean RACINE, maire de Recouvrance Mme Corinne AYMONIER, conseillère communautaire de GBCA  <b>3<sup>e</sup> collège (personnalités qualifiées)</b> M. Gilles ARNOLD, association des paysages de France M. Georges FLOTAT, chambre interdépartementale d'agriculture M. Alain SALOMON, syndicat du SCOT  <b>4<sup>e</sup> collège (personnes compétentes)</b> M. Jean-Benoît FELTZ, société Publimat M. Emmanuel CABETE, société AZ Publicité	
<b>Autres personnes présentes</b>	Mme Cathy BOHEME, préfecture Mme Tania DE STEFANO, mairie de Belfort Mme Laurence SCHLOTTER, préfecture	

Après avoir accueilli les participants et constaté le respect du quorum, **M. le secrétaire général** ouvre la séance et expose l'ordre du jour de la commission, à savoir l'examen du projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville de Belfort. Après un tour de table des participants, **M. le secrétaire général** passe la parole à la représentante de Belfort.

**Mme De Stéfano**, directrice de l'urbanisme à la mairie, présente, avec l'appui d'un power-point joint au présent compte-rendu, le projet de RLP que les membres de la CDNPS ont reçu préalablement.

**M. Petot**, chef de la cellule environnement et forêt à la direction départementale des territoires et rapporteur sur ce dossier présente le rapport envoyé préalablement aux membres de la CDNPS. Le diaporama diffusé en réunion rappelle la réglementation en la matière et propose un comparatif entre la réglementation nationale et le RLP. Il est annexé au compte-rendu.

**Mme De Stéfano** indique que le RLP, plus restrictif que la réglementation nationale, prévoit l'extinction des publicités lumineuses entre 23 heures et 7 heures. Suite à une remarque de **M. Petot** sur une non-conformité, elle indique que le RLP sera complété afin de prendre en compte les horaires des commerces ouverts la nuit.

En réponse à **M. Feltz** sur la limitation d'une enseigne par unité foncière au-dessus de 30 m sur les grands axes et les zones d'activités, **Mme De Stéfano** précise que les mètres sont des mètres linéaires et non des mètres carrés.

**M. Arnold** s'interroge sur la distance de 100 m entre les panneaux et sur la possibilité de cumuler les distances lorsque l'unité foncière est située à un angle de rues. **Mme De Stéfano** explique que la réglementation nationale a changé et l'inter-distance de 100 m entre chaque dispositif publicitaire prévue dans le règlement de 2007 n'a pas été reprise dans le RLP actuel. Il convient désormais de calculer par unités foncières, lesquelles peuvent effectivement être cumulées, le calcul se faisant par voie.

En réponse à **M. Salomon**, **Mme De Stéfano** indique que deux parcelles contiguës d'une même propriété constituent une même unité foncière.

Suites aux remarques de **M. Petot**, **Mme De Stéfano** précise que l'échelle des plans sera revue pour une meilleure lisibilité et ceux manquants seront ajoutés. De même, l'article sur l'accessibilité sera intégré dans le RLP et les autres non-conformités seront corrigées.

Concernant la partie réglementaire du RLP, **M. Petot** préconise de ne pas reprendre textuellement les règles du code de l'environnement dès lors que d'autres ne sont pas fixées. Il rappelle le principe d'égalité et remarque le traitement particulier appliqué aux hôtels, qui ont la possibilité d'avoir plusieurs enseignes perpendiculaires en façade sans que le diagnostic ne montre des différences sur l'état actuel qui justifierait ce traitement particulier. De même, le RLP ne peut prévoir de procédures spécifiques d'instruction autres que celles figurant dans le code de l'environnement. En conséquence, la ville ne pourra pas prendre en compte les préconisations diverses fixées par des chartes sans rapport avec la publicité.

**M. Petot** demande à **Mme De Stéfano** d'explicitier le choix de la ville de Belfort de déroger à l'interdiction de publicité dans les 500 m des monuments historiques fixée par le code de l'environnement. En réponse, elle précise que le but est de poursuivre la démarche engagée en 2007 et de garder le périmètre de 100 m qui avait à l'époque permis de déposer un nombre conséquent de panneaux. La même distance est appliquée aux abords des sites d'intérêt local, sauf pour le mobilier urbain. **Mme De Stéfano** indique que ces derniers, en nombre très limité, sont gérés par la ville au travers d'une délégation de service public. À chaque implantation l'architecte des bâtiments de France (ABF) est consultée.

**M. Arnold** regrette que le RLP déroge à la législation. Il déplore le matraquage publicitaire dont l'objectif est de pousser à la surconsommation et oppose l'effort à faire pour en réduire le nombre. C'est le premier combat à avoir par rapport aux enjeux climatiques, environnementaux et sociétaux d'aujourd'hui.

**Mme Neuville** précise que les RLP et les PLU sont de la compétence de la commune. Néanmoins, le périmètre de protection de 500 m au titre des abords s'applique et l'implantation d'un dispositif publicitaire dans les 100 à 500 m est soumis à l'accord de l'ABF. L'interdiction de publicité dans les 100 m fixée par Belfort est en cohérence avec l'impact des contraintes liées aux monuments historiques dans ce périmètre. Elle rappelle la mission d'accompagnement de l'UDAP auprès de la ville de Belfort et souligne la très bonne collaboration avec ses services. Tout nouveau dispositif urbain ou nouvelle publicité sont étudiés en amont des déclarations préalables.

**M. Petot** relève le cas de publicités installées sur les terrains privés qu'il sera difficile de faire retirer en cas de non-conformité aux règles de protection du patrimoine.

**Mme Neuville** rappelle que toutes demandes de modification sur le bâti et le non bâti dans le périmètre des abords doivent être transmises à l'UDAP. Il en est de même pour les déclarations au titre de l'enseigne ou de la publicité. L'UDAP étudie la demande et apprécie l'impact par rapport à l'atteinte portée au monument historique. Elle est également consultée sur les monuments historiques situés en dehors de la zone soumise à l'interdiction des 100 m. Si un propriétaire, non concerné par le RLP, venait à poser une publicité sur le monument historique, les services de l'État seraient amenés à demander la dépose du dispositif.

**M. Feltz** indique que, dès lors que la déclaration préalable est transmise, le publicitaire peut installer le dispositif publicitaire sur le domaine privé le jour même. Cette remarque est confirmée par **M. Petot** qui rappelle que l'autorité de police peut demander la dépose s'il existe une non-conformité au titre du RLP ou du règlement national de publicité (RNP). Il n'y a cependant pas de délai de prescription.

**Mme De Stéfano** précise que la dépose est effectuée par les publicitaires avec lesquels Belfort travaille, y compris sur le domaine privé.

En réponse à **M. le secrétaire général**, **Mme Neuville** confirme le délai d'un mois pour répondre à une demande d'autorisation de travaux. Le délai est identique pour la publicité.

**M. Salomon** s'interroge sur l'intérêt d'une telle déclaration dans la mesure où le professionnel peut s'installer sans attendre.

**Mme Aymonier** questionne sur les délais dont disposent les commerçants pour se mettre en conformité avec le RNP et sur leur obligation à déposer les enseignes.

**Mme De Stéfano** indique que le délai est de deux ans pour les publicités et de six ans pour les enseignes. La totalité des enseignes drapeaux devra être déposée. L'exemple le plus parlant est celui du bar-tabac qui dispose d'une signalétique pour le tabac, le PMU, la presse, le loto, le bar... Le commerçant a six ans pour se mettre aux normes. Il a la possibilité de créer une nouvelle enseigne que reprend la carotte et les autres bannières.

**M. Petot** conseille de préciser que le plan matérialisant les monuments historiques est joint au rapport à titre indicatif. Si la liste est amenée à évoluer le règlement s'applique sur les nouveaux monuments historiques.

**Mme De Stéfano** indique que dans ce cas un arrêté de mise à jour avec un nouveau plan est pris. Elle propose de mettre en annexe du document un plan général faisant apparaître la totalité des interdictions.

En réponse à la question de **M. Arnold**, **M. Petot** indique que seule la publicité sur mobilier urbain est autorisée dans les 100 m des monuments historiques et qu'il n'y a pas de restriction de taille dans le RLP. Sont concernés les abris-bus, les kiosques et les colonnes porte-affiches pour lesquels le RNP fixe une dimension de 2 à 12 m<sup>2</sup>.

**M. Arnold** propose que des restrictions supplémentaires soient appliquées dans l'hyper-centre de la ville et souligne la complexité de la réglementation en la matière qui peut induire en erreur le publicitaire.

**Mme De Stéfano** précise que l'installation du mobilier urbain est très encadrée. Le service « patrimoine et espaces publics » de la ville de Belfort gère les marchés et la mise en place de ce mobilier au regard des différentes contraintes techniques, en lien avec le service de l'urbanisme.

**M. Arnold** souligne que l'association des paysages de France se bat de manière continue avec les municipalités pour faire déposer les publicités illégales. Les procédures sont très longues et lourdes et il convient de s'assurer que tous les garde-fous sont là pour qu'il n'y ait pas de panneaux installés irrégulièrement.

**Mme De Stéfano** rappelle le travail fait en 2007. Les panneaux non-conformes à la réglementation nationale ont été recensés, des mises en demeure ont été envoyées et les structures illégales ont été déposées. Un dialogue préalable avec les publicitaires avant chaque installation est indispensable pour éviter tout contentieux éventuel.

En réponse à **M. le secrétaire général**, elle explique que le RLP de 2007 aurait dû être révisé au plus tard le 13 janvier 2021, mais suite à la crise sanitaire, la procédure a été retardée. A défaut d'avoir été révisé à cette date, le RLP est devenu caduc entraînant l'application de la réglementation nationale et la perte de la compétence pour la commune.

Concernant la publicité numérique hors mobilier urbain, **M. Petot** indique que le RLP l'interdit au centre-ville et en zone résidentielle et limite sa surface à 4 m<sup>2</sup> dans les zones d'activités uniquement. Concernant la publicité non lumineuse, le RLP limite la surface des panneaux à 10,50 m<sup>2</sup> pour une affiche de 8 m<sup>2</sup> alors que le règlement national autorise une surface de 12 m<sup>2</sup>.

**M. Arnold** aurait souhaité que la ville de Belfort aille au-delà, à l'instar d'autres communes, et fixe la taille des panneaux à 4 m<sup>2</sup>.

**Mme De Stéfano** répond que le passage à 10,50 m<sup>2</sup> va permettre de réduire et de renouveler le parc des dispositifs publicitaires et de tendre à améliorer le cadre de vie des belfortains. Par ailleurs, elle remercie les professionnels qui ont installé très peu de publicités rétroéclairées leurs préférant des panneaux solaires.

**M. Feltz** observe que c'est la seule solution économique pour avoir de l'énergie.

**M. Arnold** déplore ce choix qui contribue au gaspillage énergétique. Il réitère sa demande de réduire de moitié la surface des panneaux, ce qui serait un message porteur auprès de la population et contribuerait également à réduire la consommation d'énergie.

**M. le secrétaire général** rappelle que notre système démocratique est construit sur l'élection. Ce sont les élus qui décident au nom du peuple et qui assument les responsabilités politiques des choix qu'ils font dans le cadre de leur mandat. Cette commission a pour but de limiter l'impact visuel des dispositifs publicitaires et non de combattre le consumérisme.

**M. Feltz** indique que le nombre des panneaux publicitaires va être réduit de 40 % et leur format revu à la baisse.

**M. Petot** informe que la réglementation nationale permet désormais de réglementer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines. En conséquence, la ville de Belfort en a limité la surface à 1,5 m<sup>2</sup> et fixé le nombre à un dispositif par vitrine. Cette dernière restriction n'est pas prévue par le règlement national.

En réponse à la remarque de **M. Arnold** sur la taille, **Mme De Stéfano** précise que cela correspond à la surface des pré-enseignes.

**M. Petot** relève que des dispositifs aussi grands ne sont pas présents dans les commerces belfortains mais que 1,5 m<sup>2</sup> peut être imposant derrière des vitrines de petits commerces. En revanche, de nombreuses agences immobilières utilisent plusieurs tablettes lumineuses individuelles.

**Mme De Stéfano** répond à **Mme Aymonier** et souligne que ces dispositifs éclairant par des images au format A4 ne sont pas considérés comme des publicités lumineuses.

**M. Fetz** souhaite savoir si leur extinction est réglementée. Il lui est répondu par l'affirmative.

**M. Petot** constate que si le RLP interdit les enseignes numériques scellées au sol, il autorise les publicités numériques dans les zones d'activités. Dès lors, il est possible de contourner le règlement, un établissement pouvant installer une publicité numérique et diffuser son enseigne sur le dispositif.

En réponse à **M. Arnold** qui souhaite connaître l'importance de ces enseignes numériques, **Mme De Stéfano** indique que seul le magasin Corbis Shoes a installé ce dispositif. Ce dernier va disparaître suite à l'interdiction faite dans le centre-ville.

Concernant les bâches de chantier et pour répondre à **Mme Aymonier** et **M. Salomon**, **M. Petot** précise qu'elles sont considérées comme de la publicité.

**M. Petot** signale que les enseignes sur façade perpendiculaires au mur ne peuvent être installées que sur la devanture de l'établissement et non sur un étage supérieur ou une autre façade d'immeuble. Afin d'éviter tout litige, il préconise que cette règle fixée par la jurisprudence soit retranscrite dans le RLP. Concernant les enseignes scellées au sol de moins de 1 m<sup>2</sup> en zone 2, il préconise de fixer la même règle de densité, un par 40 m, pour tous les dispositifs, drapeaux, oriflammes ainsi que les totems.

**M. Petot** rappelle les non-conformités constatées dans le RLP :

- nombre des dispositifs lumineux à l'intérieur des vitrines qui ne peut pas être réglementé,
- prise en compte des considérations diverses dans l'instruction des demandes d'autorisations d'enseigne,
- possibilité d'autoriser certains dispositifs sans en préciser les conditions,
- impossibilité de déroger à l'obligation d'installer des enseignes sur la devanture,
- exclusion de la surface des pieds dans le calcul de la surface de publicité,
- cas des activités se prolongeant au-delà des horaires d'extinction indiqués non prévu.

**M. Feltz** considère que les dispositifs actuels de 10,50 m<sup>2</sup> permettent d'inclure le pied dès lors que l'affiche représente une surface de 8,30 m<sup>2</sup>.

Afin de prendre en compte les activités nocturnes, **M. Arnold** propose d'autoriser l'éclairage une heure avant l'ouverture et une heure après la fermeture.

**Mme De Stéfano** pose la question du contrôle du respect des horaires.

**M. Arnold** précise qu'ils sont généralement indiqués sur la vitrine des commerces.

En conclusion, **M. Petot** propose de revoir la rédaction et de préciser quelques définitions, afin d'améliorer la clarté du document et d'éviter toute ambiguïté sur la réglementation applicable, tant pour le professionnel que pour le contrôleur.

Plus aucune question n'étant soulevée, **M. le secrétaire général** demande à **Mme de Stéfano** de quitter la salle et sollicite l'assemblée sur d'éventuelles remarques. Le débat étant clos, il invite les membres de la commission à procéder au vote à main levée.

Contre : 1

Absention : 0

Un avis favorable est émis sur le projet de règlement local de publicité de la ville de Belfort.

**Mme De Stéfano** est de retour en salle pour l'énoncé de l'avis rendu.

**M. Feltz** questionne sur la suite de la procédure.

**Mme De Stéfano** indique que les personnes publiques associées ont jusqu'au 26 juin pour faire parvenir leurs avis, puis une réunion de travail sera programmée pour prendre en compte toutes les remarques. Enfin le RLP devrait passer en conseil municipal de novembre, après la mise à enquête publique.

**M. Petot** donne une dernière information concernant la police de la publicité. A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, les maires seront compétents pour assurer la police de la publicité sur leur territoire. La loi prévoit un transfert automatique de ce pouvoir de police au président de l'établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre lorsque ce dernier est compétent en matière de PLU ou de RLP, sauf pour les communes de plus de 3 500 habitants où c'est le maire qui reste compétent.

**Mme De Stéfano** précise que seules cinq communes de Grand Belfort communauté d'agglomération sont concernées par ce seuil de population. La communauté d'agglomération ayant la compétence urbanisme, ce sera elle qui exercera la police de la publicité pour les autres communes de son périmètre. Il conviendra au préalable qu'elle se dote des moyens en personnels nécessaires.

**M. le secrétaire général** remercie les participants et clôt la séance.

Le secrétaire général,

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of connected loops and curves, positioned above the printed name Renaud NURY.

Renaud NURY