



Direction de l'urbanisme

COMPTE-RENDU DE RÉUNION

OBJET : « Réunion des Personnes Publiques Associées (PPA) pour la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) »

Date de la réunion : 18/11/2020

Lieu : Salle de réunion Olivier BARILLOT

Références : TDS/AN

PARTICIPANTS :

Monsieur Olivier KUBLER, chef du SHU – DDT

Monsieur Paul –Adrien LETANOUX, chargé d'études – DDT

Madame Rachel BONIN – Technicienne ABF

Monsieur Christian ORLANDI, Président de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat

Monsieur Jean-Marie HERZOG, Président du SCOT du Territoire de Belfort

Madame Florence BESANCENOT, Adjointe chargée de l'activité commerciale

Monsieur Yves VOLA, Adjoint chargé de l'écologie, de la nature en ville et des déplacements urbains

Madame Elisabeth BLANC, Manager de commerce Ville de Belfort

Madame Shanna LABORDE, Chargée de mission « Action Cœur de Ville »

Monsieur Jean MARMET, Mairie de Bavilliers

Monsieur CABROL Maryline, Mairie d'Offemont

Madame Michèle JEANNENOT, Mairie d'Evette-Salbert

Madame Stéphanie WEBER, Mairie de Danjoutin

Monsieur Thierry VLIMANT, bureau d'études CADRE et CITÉ

Monsieur Jean-Marie HERZOG, Adjoint à l'urbanisme et aux travaux

Madame Patricia DEROUSSEAU-LEBERT, Directrice de l'Urbanisme

Madame Tania DE STEFANO, Architecte conseil, Directrice Adjointe à l'urbanisme

Madame Annie NEFF, Secrétaire à la direction de l'urbanisme

Excusée :

Madame Camille VIDAL – ABF

Madame Annick RICHARD, D.R.A.C.

DIFFUSION :

Les présents et excusés

Monsieur Damien MESLOT
Monsieur Frédéric ROUSSE
Monsieur Ludvic FROSSARD
Madame Lucie IENCO
Monsieur Jérôme SAINTIGNY
Monsieur Jean-Pierre CUISSON

Monsieur VLIMANT présente le cadre juridique, les cartes des monuments historiques, les lieux protégés au titre du code de l'environnement (SIL) ainsi que le RLP existant (règle de densité, voies.....).

I La situation :

1) Point sur la publicité

Belfort est une ville où la publicité est bien maîtrisée et globalement de bonne facture.

Quelques exceptions/infractions concernant l'habillage des doubles panneaux, l'habillage de l'arrière des panneaux et la hauteur totale des dispositifs.

2) Point sur les enseignes

Rappel du règlement national de publicité (RNP), notamment de la notion d'éclairage, de positionnement, de la taille et de la règle du pourcentage en rapport à la devanture commerciale, du nombre de drapeaux...etc.

Monsieur VLIMANT présente le diagnostic.

Le diagnostic permet de déterminer les enjeux, en fonction de deux critères :

- Les typologies de lieux,
- L'encombrement publicitaire actuel.

II. Diagnostic

○ **La publicité**

Les publicités sont isolées et satisfaisantes à Belfort. Il existe cependant quelques exceptions en infraction avec le RLP actuel,

- au niveau de l'habillage des panneaux entre les deux faces,
- à moins de 0.50 m de l'arête du mur,
- à moins de 10 m par rapport aux baies,
- une hauteur supérieure à 6 m et dos non habillé,
- des publicités dans des espaces verts,
- des publicités comportant des accessoires,
- des publicités dont la surface est inadaptée au support,

Pour information, il n'y a pas de publicité numérique à Belfort mais, il faut anticiper car elle est autorisée par le RNP et des demandes d'autorisation peuvent survenir. L'impact environnemental reste très important.

○ **Les enseignes**

En centre-ville une majorité d'enseignes est de qualité : respectueuses du bâti, des lettres découpées avec un éclairage rétro-éclairé, un nombre d'enseignes limité, et une surface d'enseignes perpendiculaires restreinte.

Cependant, comme pour la publicité, il existe quelques exceptions en infraction.

Hors centre-ville, des améliorations sont encore possible.

Dans les zones commerciales, des bons exemples sont à retenir.

Il n'existe qu'une seule petite enseigne numérique (pour un commerce de vente de chaussures).

III. Propositions d'orientations

- Publicité
 - Conserver les acquis du RLP de 2007,
 - Interdire la publicité dans les quartiers résidentiels
 - Adapter la surface des publicités aux lieux environnants (12 m² à 8 m²),
 - Interdire la publicité dans les espaces verts,
 - Améliorer l'insertion de la publicité aux entrées de ville,
 - Restreindre préventivement les publicités numériques,
 - Améliorer l'aspect esthétique et l'implantation des dispositifs,
 - Restreindre les bâches,
 - Statuer sur les dispositifs sur les vitrines et les fanions posés au sol,
 - Fixer les règles pour la publicité dans les secteurs protégés.
- Les enseignes
 - Mettre en valeur le patrimoine bâti en centre-ville,
 - Limiter la surface et la hauteur des enseignes scellées au sol ainsi que leur nombre,
 - Réglementer les enseignes numériques (1 seule pour le moment sur Belfort mais cela mérite de les réglementer préventivement).
- Pour tous les dispositifs
 - L'extinction nocturne de 1h à 6h (RNP) peut être modifiée et une plus grande plage pour plus d'économie d'énergie peut être imposée.

IV. Les principes du futur RLP

Le futur RLP = 3 zones

- Centre-ville
- Les grands axes et zones d'activités
- Les quartiers résidentiels

✓ Centre ville

- Respect du bâti, lettres découpées,
- Nombre restreint d'enseignes,
- Surface des enseignes perpendiculaires limitée,
- Un éclairage de qualité (rétro-éclairage),
- Attention à l'utilisation des balcons de belle architecture,
- Publicité limitée au mobilier urbain et au petit format.
- Règles esthétiques pour les enseignes : respect des entités architecturales, nombre restreint, dimensions maximum, interdiction des enseignes numériques, des enseignes scellées au sol, des enseignes sur toiture.

✓ Grands axes et secteurs d'activités (Présentent une certaine homogénéité actuellement, à conserver et renforcer)

- Respect des lignes directrices des bâtiments,
- Supprimer les enseignes/publicités trop grandes et les remplacer par de petits dispositifs tout aussi visibles,
- Surface maximum des publicités limitée à 10;6 m² (avec encadrement – affichage limité à 8 m²),
- Une seule publicité par unité foncière > 20m,
- Publicité numérique dans zones d'activités, 4 m² maximum,

- Supprimer les enseignes scellées au sol trop nombreuses,
 - Enseignes scellées au sol limitées à 8 m²,
 - Pas d'enseigne numérique scellée au sol,
 - Enseignes sur toiture dans zones d'activités.
- ✓ Les quartiers résidentiels
- Publicité limitée au mobilier urbain et au petit format,
 - Règles esthétiques pour les enseignes : respect des entités architecturales, nombre restreint, dimensions maximales, interdiction des enseignes numériques perpendiculaires,
 - Enseignes scellées au sol limitées à 4 m²,
 - Enseignes sur toiture interdites.

V. Présentation du calendrier

Rappel de la date de caducité au 13 janvier 2021 du RLP.

Les événements liés au COVID ont fait que l'avancement du nouveau règlement a été reporté dans son calendrier.

VI. Réponses aux questions :

Stéphanie Weber : Y a-t-il une possibilité d'imposer une surface minimum afin de pouvoir appliquer la taxe locale sur la publicité extérieure ?

M. Vlimant explique le principe de la TLPE, qui a pour objet de diminuer la présence de la publicité et des enseignes. On ne peut pas reprocher à un commerçant d'être juste sous le métrage imposable.

Stéphanie Weber lève la question d'entrée de ville partagée avec Belfort : Les professionnels transgressent les règles en mettant 2 panneaux dont un sur Belfort et un autre sur Danjoutin.

Jean-Marie Herzog précise que la question pourra se régler avec un RLPi mais qu'il est régulièrement rappelé aux professionnels de rendre leurs dispositifs conformes.

DDT : Le RLP approuvé en 2007 a fait déposer environ une centaine de panneaux publicitaires. A l'époque un diagnostic très précis avait été établi.

Tania De Stefano précise qu'en 2007, il y avait 287 panneaux sur le territoire contre 156 en 2010.

Jean-Marie Herzog précise que le marché pour le mobilier urbain publicitaire est en cours de renouvellement, ce qui permettra d'améliorer encore le cadre de vie.

Jean-Marie Herzog ajoute que les panneaux publicitaires n'excéderont pas 8 m².

Florence Besancenot précise qu'un gros effort a été fait avec les services de l'ABF pour limiter les chevalets et fanions. Une signalétique piétonne des commerces a été proposée par la ville de Belfort dans le centre-ville.

Patricia Drousseau-Lebert confirme qu'au centre-ville cela a bien été réalisé, mais qu'il existe encore d'autres secteurs où l'on peut apporter des améliorations (notamment axe Jean Jaurès et entrée de ville).

Jean-Marie Herzog : donne l'exemple du KFC qui lors de son dépôt de permis de construire souhaitait un rouge trop fort sur ses façades. La ville de Belfort lui a imposé, par son règlement un rouge bordeaux et une diminution du nombre de ses enseignes. A présent, force est de constater qu'ils ont conservé le modèle pour le copier dans d'autres villes.

Yves Vola souligne la pollution lumineuse et environnementale de la publicité et des enseignes.

Stéphanie Weber demande si l'on peut lier la plage horaire à l'activité du commerce, par exemple pour un commerce fermé le lundi.

M. Vlimant confirme la possibilité de moduler les horaires d'extinction.

Florence Besancenot souhaite connaître la différence entre une vitrophanie et l'occultation des vitres, un commerce ayant eu un récent refus.

Tania De Stefano explique la différence entre vitrophanie (autocollant sur la vitrine) et une occultation de type « vitrage sablé »

- La vitrophanie est considérée comme une enseigne ; c'est le code de l'environnement qui s'applique.
- Un masque type granitage est un changement de l'aspect extérieur et dépend du code de l'urbanisme.

Les deux font l'objet d'une consultation de l'ABF si le projet est situé en secteur de protection des monuments historiques.

Christian Orlandi demande si l'événementiel est pris en compte (salons, portes ouvertes, opérations commerciales...) que ce soit pour une journée ou pour une quinzaine de jours, et si cela se passe à l'extérieur de la ville ? Panneaux indicateurs ? Commerce au fond d'une rue ?

M. Vlimant explique la différence entre la signalisation d'information locale du code de la route et les enseignes temporaires (dont les banderoles) que peut mettre un commerçant si l'événement est temporaire, sur son terrain en limitant le nombre et la durée (3 semaines avant et 1 semaine après).

Mme Blanc est surprise en constatant que celles mises en place par les associations sont illégales.

M. Vlimant précise qu'il faut absolument l'autorisation du propriétaire (du maire sur le domaine municipal) pour mettre une banderole publicitaire.

Rachel Bonin : demande la différence entre bâche publicitaire et bâche de chantier.

M. Vlimant indique que les bâches de chantier sont installées sur échafaudage le temps des travaux. Sur un monument historique l'autorisation appartient à l'ABF au titre du Code du Patrimoine.

Rachel Bonin demande s'il faut une autorisation à chaque visuel de bâche quand elle est posée sur un monument historique.

M. Vlimant explique qu'il faut une autorisation la première fois, puis une déclaration à chaque fois que le visuel change.

Tania De Stefano précise que c'est le cas de la bâche sur la Corne de l'Espérance.

M. Vlimant rappelle les principes du futur RLP et le calendrier jusqu'à la rentrée de 2021.

DDT attire l'attention sur la page 28 du diagnostic et précise qu'il faudra mettre en cohérence le nombre exact de monuments historiques avec le porter à connaissance. De même, la DDT souhaite que soit ajouté le nombre de panneaux déposés lors de la mise en place du premier règlement (2007-2010). Enfin, elle demande que la publicité soit interdite sur dispositif scellé au sol en secteur PPRI.