



Règlement local de publicité

Réunion publique

20 septembre 2022



**1.
Un règlement local de
publicité (RLP)**

Qu'est-ce que c'est ?





**Le RLP réglemente
la publicité, les enseignes et les préenseignes
pour protéger le cadre de vie**



**Par exemple, le RLP empêche de dégrader le patrimoine
ou prévient les excès des publicités, enseignes et préenseignes**

le patrimoine architectural




Le patrimoine naturel




La protection du cadre de vie c'est aussi réduire la facture énergétique





2.
**Qu'est-ce qui est
réglementé ?**



Les publicités




Les préenseignes




Les enseignes






**Pour autant,
le RLP doit respecter la liberté d'expression
et la liberté du commerce**



**3.
Que peut faire le
règlement local de
publicité ?**






**Le RLP renforce les règles nationales
et les adapte au contexte local**




Le RLP peut interdire la publicité dans certains lieux



**Le RLP peut limiter les dispositifs :
nombre, surface, hauteur**



4.
Quelle est la situation ?
Le diagnostic





**Un premier règlement local en 2007
a supprimé plusieurs centaines de publicités
et a permis de maîtriser celles qui subsistent.**

- 
- Le diagnostic permet de déterminer les enjeux,
en fonction de deux critères :**
- les typologies de lieux**
 - l'encombrement publicitaire actuel**



4a
La publicité



**1. Les publicités sont isolées, globalement de bonne facture
(L'accumulation et le mauvais état sont souvent cause de mauvaise insertion)**





Ce qui peut être amélioré



Publicité trop près d'une habitation



Publicité trop haute



Publicité trop grande



Publicité trop grande

Photo-montage



Publicité en entrée de ville : première impression pour le visiteur





Photo-montage

Publicité dans un espace vert



Publicité dans un espace vert





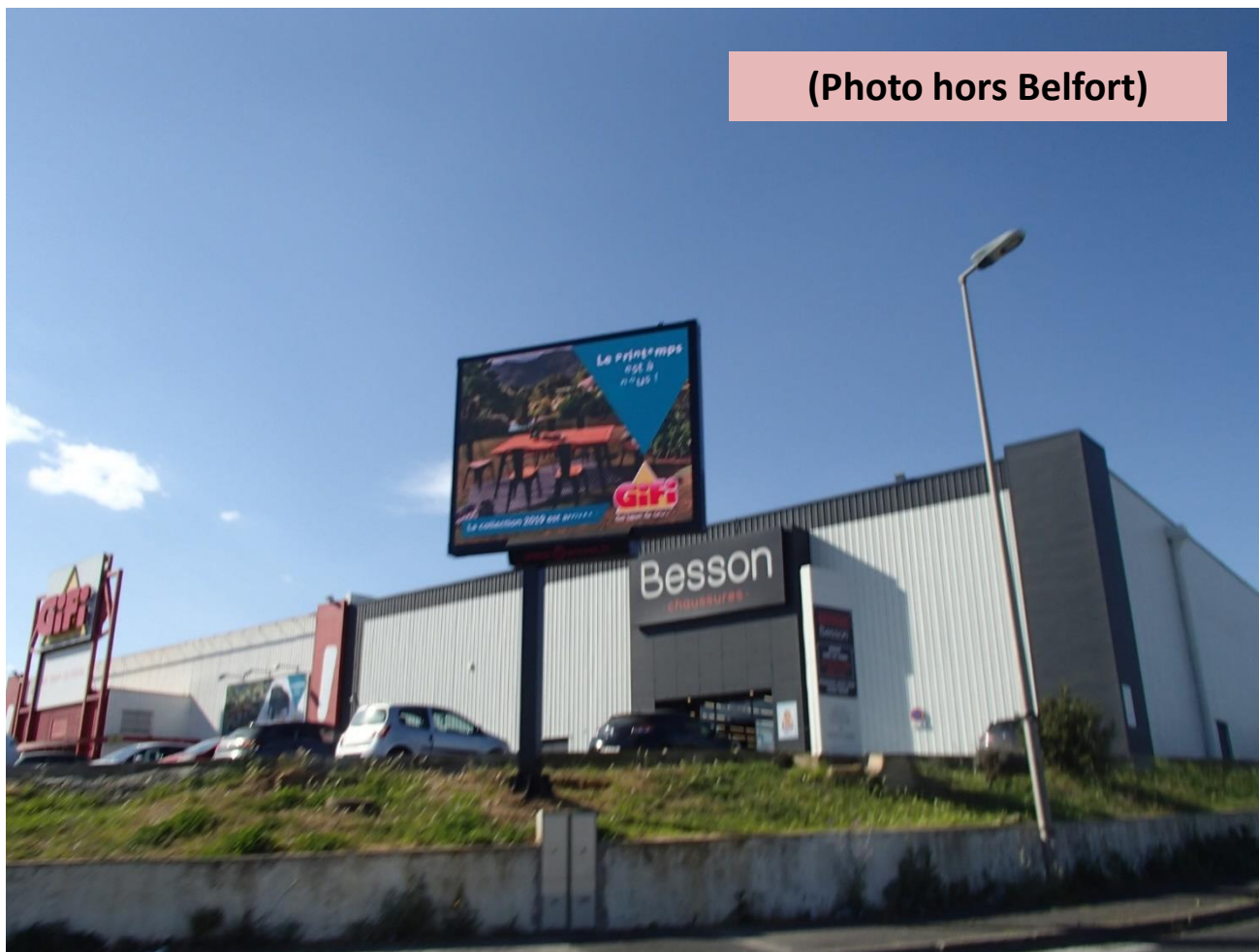
Photo-montage

Des publicités surnuméraires



A noter ! pas de publicité numérique

(Photo hors Belfort)





4b. Les enseignes



En centre-ville, une majorité d'enseignes de qualité



Qualité = respect du bâti



Lettres découpées





Nombre d'enseignes restreint





Eclairage de qualité
Ici : Retro-éclairage



Quelques progrès à faire
Enseignes sur balcons, sur vitrine

Des enseignes numériques



Hors centre-ville : une certaine homogénéité





Des points à améliorer

Surface excessive (supérieure à 15 % de la façade)

Enseignes scellées au sol trop hautes

Enseignes scellées au sol trop nombreuses


De petits dispositifs suffisent






5. Les orientations





Le diagnostic a permis au conseil municipal d'adopter des orientations

Orientations pour les publicités



1. Conserver les acquis du RLP en vigueur

2. Interdire toute publicité dans les quartiers résidentiels



3. Adapter la surface des publicités aux lieux environnants

12 m²



8 m²



4 m²



4. Interdire la publicité dans les espaces verts

5. Améliorer l'insertion de la publicité aux entrées de ville

6. Restreindre préventivement les publicités numériques
Déterminer les lieux où elle pourra être autorisée, limiter les surfaces

7. Améliorer encore l'aspect esthétique et l'implantation des dispositifs
Panneaux homogènes, monopied, couleur unique, hauteur

8. Autoriser les bâches éphémères (chantier)

**9. Statuer sur les chevalets, les autocollants sur les vitrines,
la publicité de petit format (sur devanture)**

10. Fixer les règles pour la publicité dans les secteurs protégés

Autoriser le mobilier urbain





Orientations pour les enseignants

11. Mettre en valeur le patrimoine bâti en centre-ville
*Formaliser des règles simples et qualitatives :
nombre d'enseignes, position, lettres découpées, éclairage...*



12. Limiter la surface et la hauteur des enseignes scellées au sol



13. Réglementer fortement les enseignes numériques


*Les enseignes numériques n'ont pas de régime propre.
Leurs dimensions peuvent être importantes
Elles peuvent être murales ou scellées au sol*




Orientation pour tous les dispositifs

14. Elargir la plage d'extinction nocturne (RNP : 1h – 6 h)





6. Les grandes lignes du projet









Les grandes lignes en discussion

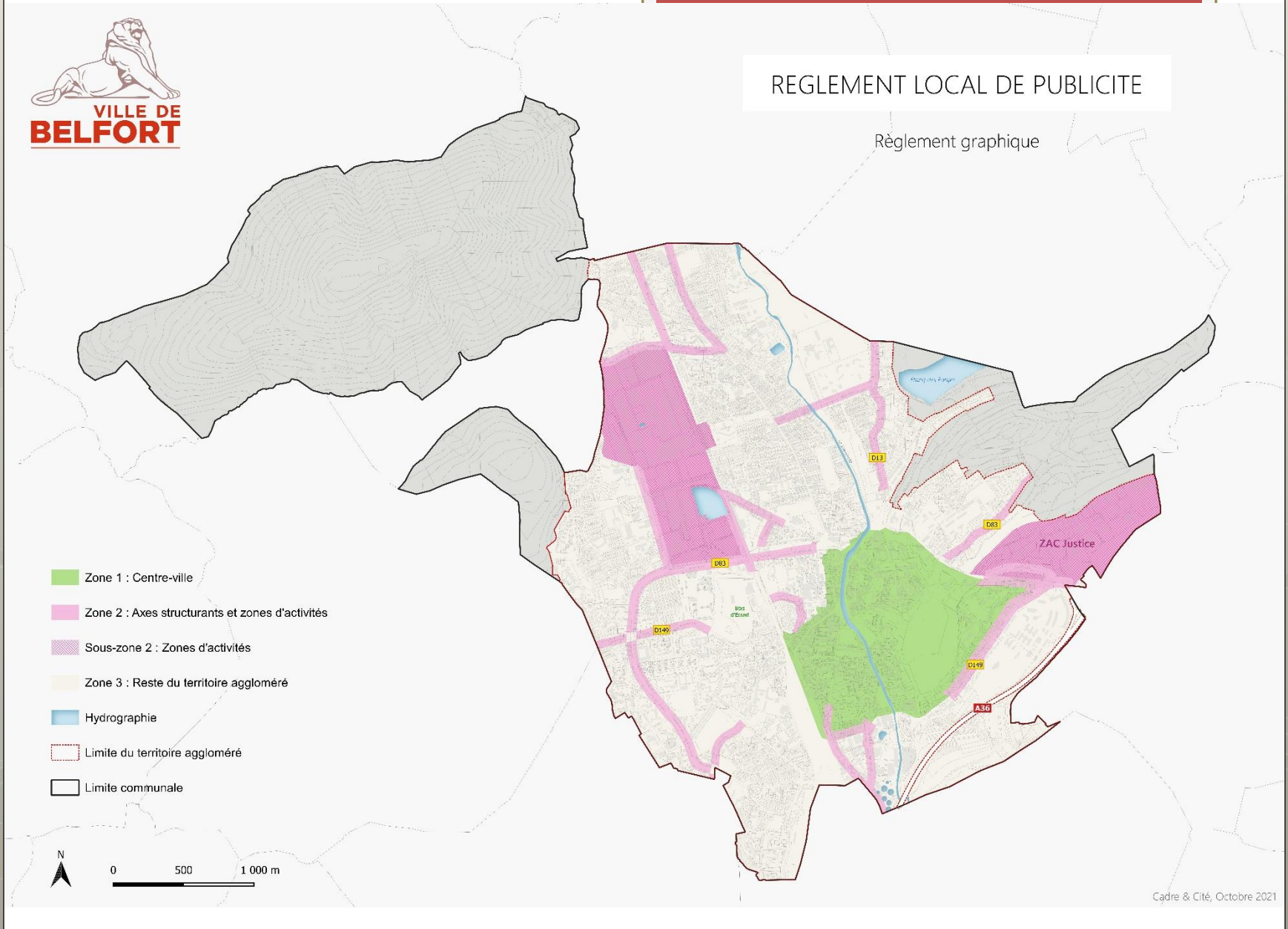


Un règlement comprenant 3 zones

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Règlement graphique

-  Zone 1 : Centre-ville
-  Zone 2 : Axes structurants et zones d'activités
-  Sous-zone 2 : Zones d'activités
-  Zone 3 : Reste du territoire aggloméré
-  Hydrographie
-  Limite du territoire aggloméré
-  Limite communale










Z1 - centre-ville

- Publicité limitée au mobilier urbain, au petit format, aux chevalets
- 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

Z2 – les grands axes et les zones d'activité

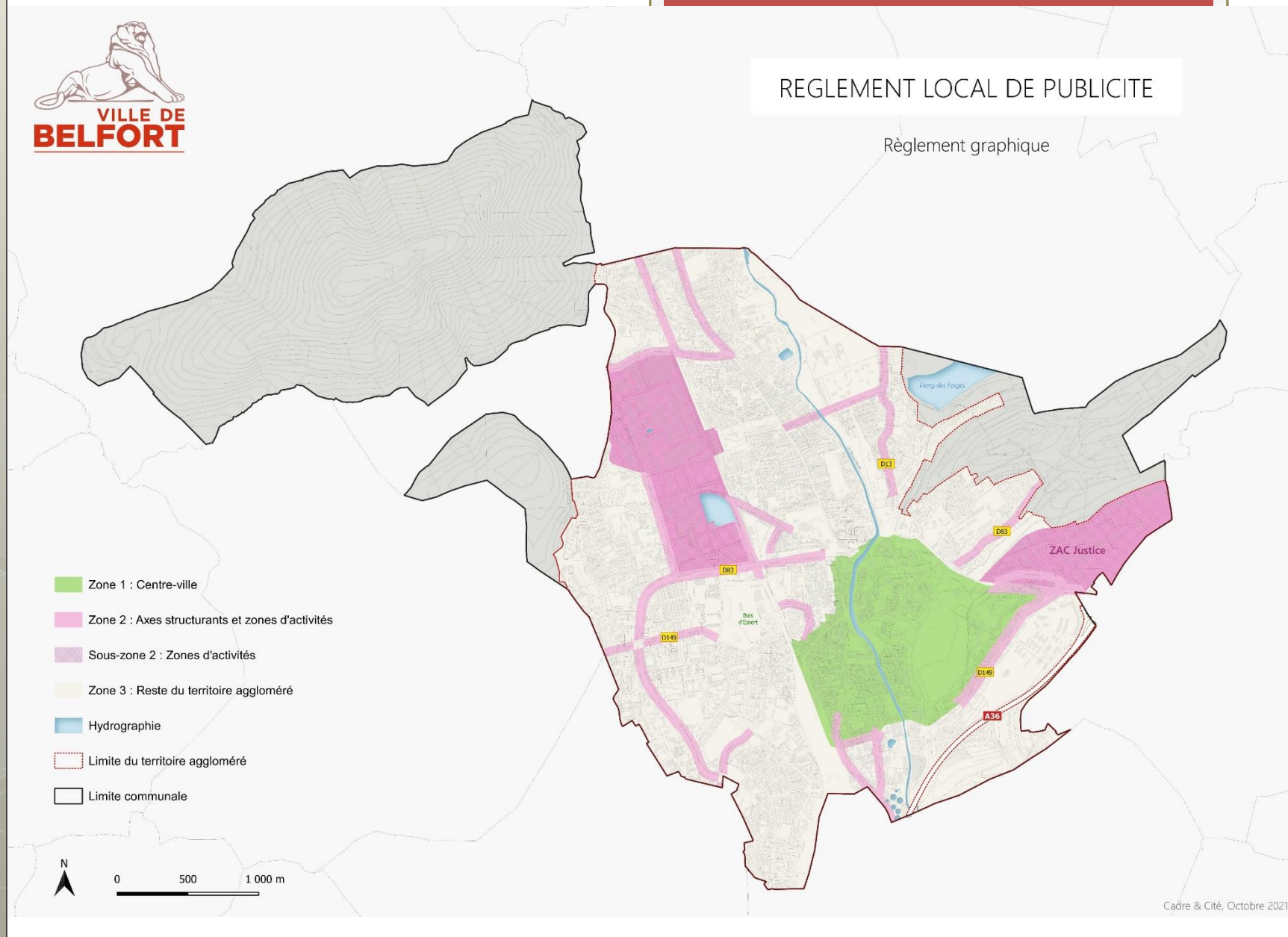
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Règlement graphique

-  Zone 1 : Centre-ville
-  Zone 2 : Axes structurants et zones d'activités
-  Sous-zone 2 : Zones d'activités
-  Zone 3 : Reste du territoire aggloméré
-  Hydrographie
-  Limite du territoire aggloméré
-  Limite communale



0 500 1 000 m



Z2 – les grands axes et les zones d'activités








- Surface maximum des publicités : 10,6 m²
- Une publicité par unité foncière > 20 m
- Publicité numérique dans zones d'activités. 4 m² maximum
- Enseignes scellées au sol limitées à 8 m²
- Pas d'enseigne numérique scellée au sol
- Enseignes sur toiture dans zones d'activités



Z3 – quartiers résidentiels

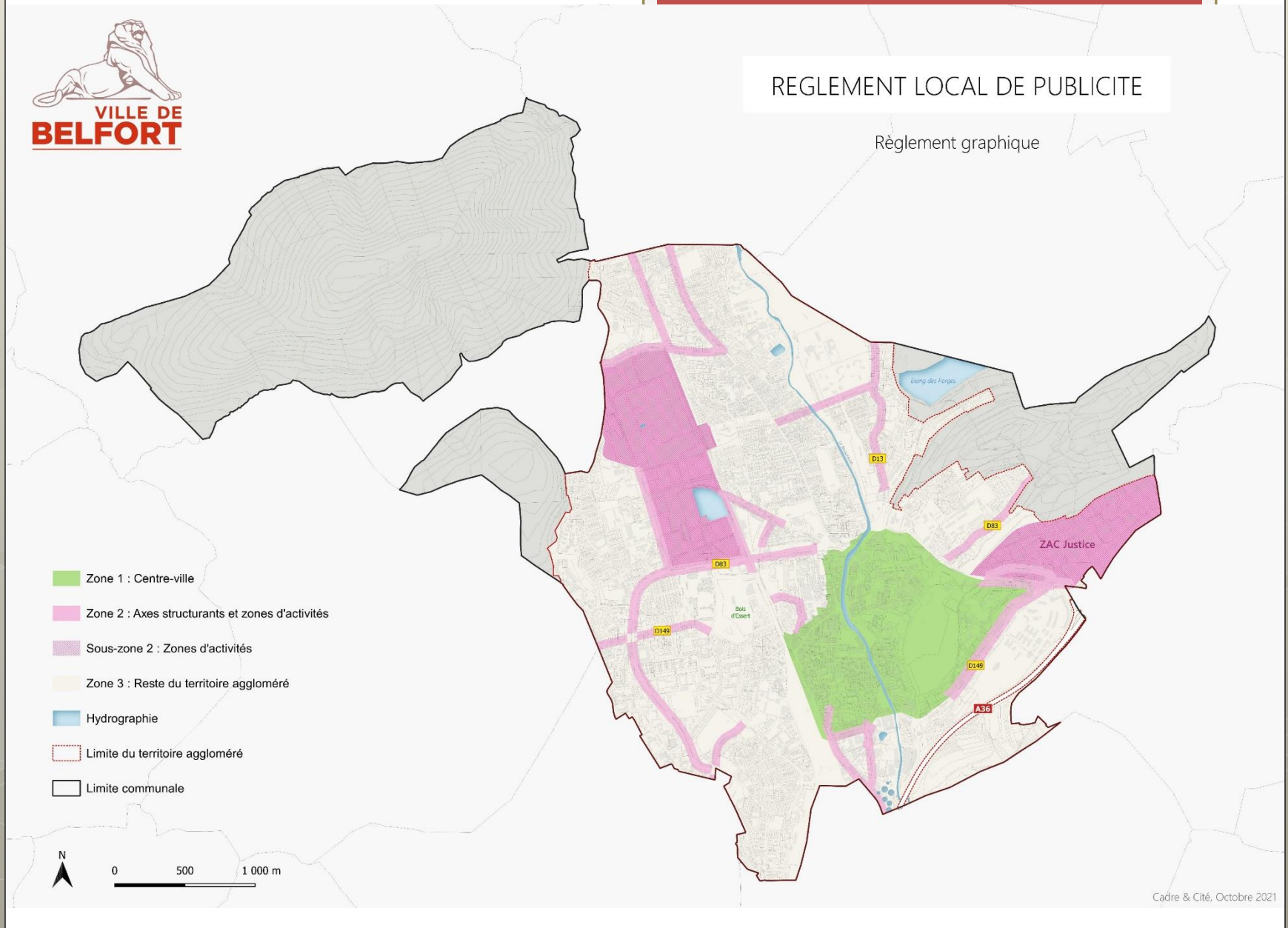
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Règlement graphique

-  Zone 1 : Centre-ville
-  Zone 2 : Axes structurants et zones d'activités
-  Sous-zone 2 : Zones d'activités
-  Zone 3 : Reste du territoire aggloméré
-  Hydrographie
-  Limite du territoire aggloméré
-  Limite communale



0 500 1 000 m




Z3 – quartiers résidentiels

- Publicité limitée au mobilier urbain, au petit format, aux chevalets
- Règles esthétiques pour les enseignes : respect des entités architecturales, nombre restreint, dimensions maximum, interdiction des enseignes numériques perpendiculaires
- Enseignes scellées au sol limitées à 4 m²
- Enseignes sur toiture interdites



7. Le calendrier





Délibération du conseil municipal prescrivant la révision du RLP et fixant les objectifs et modalités de concertation :

17 décembre 2018

:

Diagnostic et Orientations : **17 octobre 2019**

Débat du conseil municipal sur les orientations du RLP : **Décembre 2019 / janvier 2020**

Concertation avec les personnes publiques associées, les associations, les professionnels, les commerçant :

Novembre 2019 – avril 2020

Rédaction du projet : **Décembre – avril 2020**

Réunion publique : **20 septembre 2022**

Délibération du conseil municipal arrêtant le projet de RLP : **8 décembre 2022**

Consultation pour avis des personnes publiques associées
et de la commission départementale nature, paysage et sites : **Premier trimestre 2023**

Enquête publique : **Deuxième trimestre 2023**

Délibération du conseil municipal approuvant le RLP : **Mi 2023**





Délais d'application,
à partir de l'entrée en vigueur du nouveau règlement

immédiat pour les nouveaux dispositifs

2 ans pour les publicités

6 ans pour les enseignes

