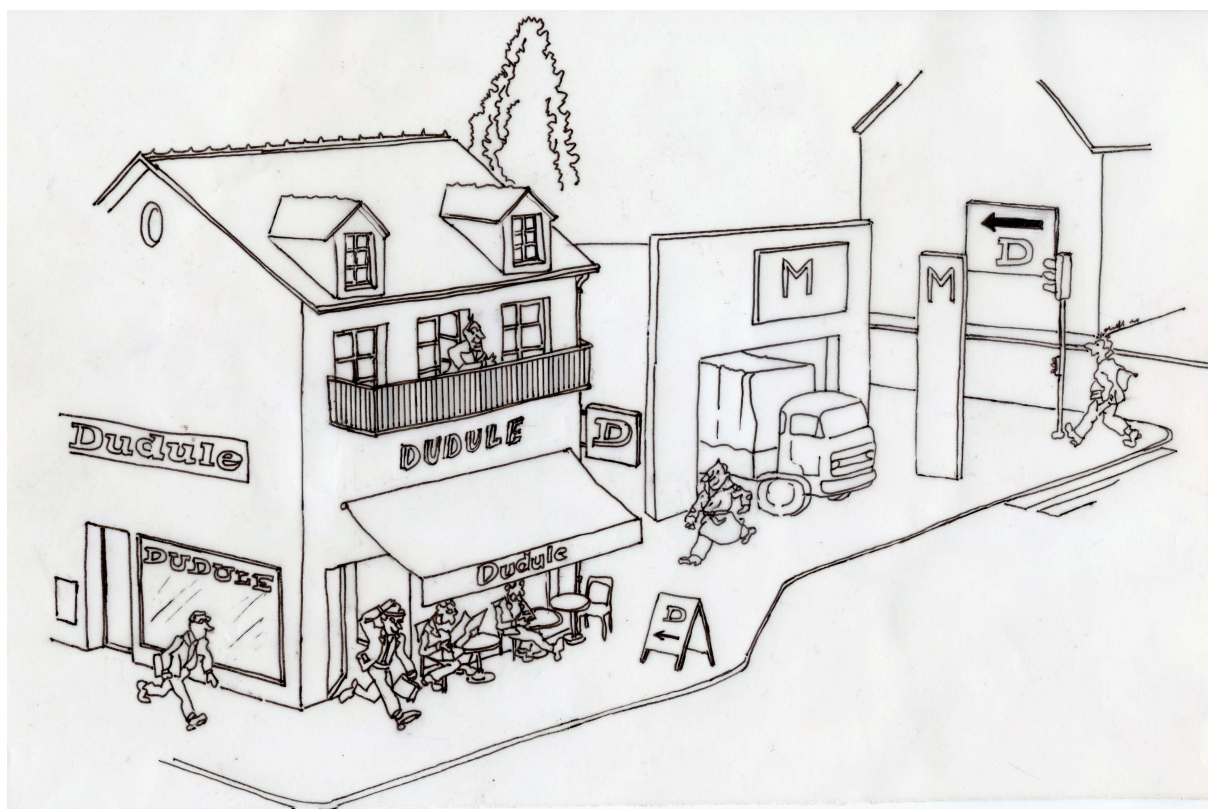




communauté
de l'auxerrois

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE LA COMMUNE D'AUXERRE



DOSSIER D'ENQUÊTE PUBLIQUE

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

I. AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIÉES



PRÉFET DE L'YONNE

PRÉFECTURE

SECRETARIAT GENERAL

SERVICE DE L'ANIMATION
DES POLITIQUES PUBLIQUES
INTERMINISTÉRIELLES
ET DE L'ENVIRONNEMENT

BUREAU DE L'ENVIRONNEMENT

**COMMISSION DEPARTEMENTALE DE LA NATURE,
DES PAYSAGES ET DES SITES
FORMATION dite «de la publicité»**

Consultation écrite

Les membres de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) dans sa formation dite «de la publicité» ont été consultés par écrit, sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune d'Auxerre présenté par la Communauté de l'Auxerrois compétente en matière d'urbanisme.

Cette consultation a eu lieu du 9 décembre au 23 décembre 2019.

Ont rendu **un avis favorable** à ce projet, les membres de la commission suivants :

- en qualité de représentant du Conseil départemental :

Mme Valérie LEUGER, conseillère départementale du canton d'Auxerre 1.

- en qualité de membre de droit :

Monsieur Guy FERREZ, maire d'Auxerre.

- en qualité de représentants des maires du département :

M. Pascal CROU, maire de Passy,

M. Jacques GILET, maire de Champignelles.

- en qualité de représentants des entreprises de publicité :

M. Hervé COUILLARD, représentant la société MPE-Avenir,

Mme Isabelle VIRENQUE, représentant la société Extorion Média.

- en qualité de représentant des fabricants d'enseignes :

Mme Paméla PLANÇON, représentant la société IDEA Publicité.

- en qualité de personnalités qualifiées en matière de protection des sites, du cadre de vie, de représentants d'associations agréées de protection de l'environnement :

Mme Mireille LADRANGE, représentant l'Association de Défense de l'Environnement et de la Nature de l'Yonne (ADENY),
Mme Catherine SCHMITT, présidente de l'association "Yonne Nature Environnement",
Mme Hélène Delorme, présidente de l'association "Maisons Paysannes de l'Yonne".

Ont rendu **un avis favorable assorti d'observations ou de réserves**, les membres de la commission suivants :

- en qualité de représentants des services de l'Etat :

Monsieur le Directeur départemental des territoires,
Monsieur le Chef de l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine,
Monsieur le Directeur régional de l'environnement, de l'aménagement et du logement.

Compte tenu des avis recueillis, le projet de révision du Règlement Local de Publicité de la commune d'Auxerre reçoit **un avis favorable** des membres de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) dans sa formation dite "de la publicité" **sous réserve** de la prise en compte des prescriptions suivantes :

- intégrer la servitude du site classé du Clos de la Chaînette dans le Règlement Local de Publicité (RLP) ;
- préciser de manière explicite dans le règlement que les publicités et pré-enseignes sont interdites dans les sites classés ;
- interdire la pose d'écrans de publicité numérique ;
- engager, dans les meilleurs délais, l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité (RLP) à l'échelle de l'agglomération.

Fait à Auxerre, le

- 3 JAN. 2020

Pour le Préfet et par délégation,
La Sous-préfète,
Secrétaire générale



Françoise FUGIER

Reçu le
2575
24 DEC. 2019

Oliver

CABINET DU MAIRE

Pôle Infrastructures, Travaux et Moyens
Techniques
Direction des Infrastructures
Unité Territoriale des Infrastructures d'Auxerre

Monsieur Guy FERREZ
Président de la Communauté d'Agglomération
de l'Auxerrois
Maire d'Auxerre *FG*
6 bis Place du Maréchal Leclerc
BP 58
89010 AUXERRE Cedex

Affaire suivie par : Chantal VIDAL
Tél. : 03.86.32.49.40
Courriel : uti-auxerre@yonne.fr
Nos réf. : D2019-002213

Auxerre, le 18 DEC. 2019



1730
transmis le 26/12/19

Monsieur le Président,

Par courrier du 5 novembre 2019, vous m'avez transmis la délibération de l'Agglomération en date du 10 octobre 2019 arrêtant le Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville d'Auxerre.

Conformément aux dispositions des Codes de l'Environnement et de l'Urbanisme, vous avez souhaité recueillir l'avis de notre collectivité.

Le projet arrêté est conforme à celui qui nous avait été présenté en juillet 2019, et qui n'avait alors pas fait l'objet d'observation particulière de la part des services du Conseil Départemental.

Dans ces conditions, j'émetts un avis favorable sur le projet arrêté.

Je vous prie de croire, Monsieur le Président, à l'assurance de mes sentiments les meilleurs *et cordiaux*

Le Président du Conseil Départemental,



Patrick GENDRAUD





Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DE L'YONNE

DIRECTION DÉPARTEMENTALE
DES TERRITOIRES

SERVICE FORÊT, RISQUES,
EAU ET NATURE

Unité Forêts, Chasse et Paysage

Affaire suivie par :
Bruno GODBILLON
Tél : 03 86 48 41 68
ddt-sefren-fcp@yonne.gouv.fr

Auxerre, le **23 DEC. 2019**

Le directeur départemental des territoires
à

M. Le Président
Communauté de l'Auxerrois
Direction de l'Urbanisme et du Dynamisme
du Territoire
6, place du Maréchal Leclerc
BP 58
89 010 AUXERRE Cedex

à l'attention de M. Olivier Boudierhem

AVIS DE LA DIRECTION DÉPARTEMENTALE DES TERRITOIRES,

- en qualité de personne publique associée,
- au titre de la consultation de la CDNPS

SUR LE PROJET DE RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ (RLP) DE LA COMMUNE D'AUXERRE

Par la délibération n°2019-131 datée du 10 octobre 2019, le Conseil Communautaire de la Communauté de l'Auxerrois, EPCI désormais compétent en matière d'urbanisme, a arrêté le projet de révision du règlement local de publicité de la commune d'Auxerre. Suite à la transmission de ce dernier à la direction départementale des territoires en qualité de personne publique associée pour avis et également au titre de la consultation de mes services en vue de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) dans sa formation « Publicité » vous trouverez ci-dessous les observations suivantes :

I / Observations d'ordre général :

- Dans le but de faciliter la lecture du RLP, il serait utile de numéroter les paragraphes, de paginer les différents documents, de veiller à mettre des légendes aux clichés et graphiques afin d'y faire clairement référence, notamment aux cartes figurant en annexe.
- Il serait également opportun d'homogénéiser les titres des différentes pièces du dossier (dates, titres, caractères, illustrations...).
- À plusieurs emplacements du présent projet on lit « *élaboration d'un RLP* ». Or il s'agit d'une révision. Il est nécessaire de mettre les documents à jour.
- À plusieurs emplacements du présent projet, il est fait mention de « secteurs sauvegardés ». Or l'article 112 de la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la Liberté de la Création, à l'Architecture et au Patrimoine (dite loi LCAP) dispose, dans son article 112 que les secteurs sauvegardés deviennent de plein droit des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR). Ces modifications doivent être prises en compte dans la rédaction du projet de RLP.

II / Rapport de présentation du RLP :

- **Chapitre n°1** : introduction
 - s'agissant des pièces constituant le RLP on lit que les limites de l'agglomération sont consultables sur le site internet de la ville d'Auxerre. Ces documents devront être joints au dossier afin d'être mis à la disposition du public lors de l'enquête éponyme.
- **Chapitre n°2** : historique de la démarche
 - 2.1.1 Le diagramme reprenant le diagnostic sur le recensement de l'affichage publicitaire est incomplet. En effet, il manque la légende.
- **Chapitre n°3** : diagnostic
 - 3.2. Il est fait état de la disparition de la plupart des pré-enseignes dérogatoires à l'échéance du 13 juillet 2015. Cette phrase n'étant plus d'actualité, il est souhaitable de modifier sa rédaction.
- **Chapitre n°4** : orientations
 - 4.4. dans une section dédiée au renforcement de la sécurité routière des automobilistes, une série de clichés ne se rapporte pas avec le titre de ce paragraphe. Plus loin, un alinéa intitulé « avant-après » ne semble pas en rapport avec les photos jointes à cet article. Il est souhaitable de revoir les illustrations de ce paragraphe n°4.
- **Chapitre n°5** : Objectifs et zonage
 - 5.1.1 Ce paragraphe liste très partiellement les Secteurs Patrimoniaux Remarquables. On lit notamment « *rive gauche : la promenade et les pelouses situées entre la route nationale n°6 de Paris à Lyon et la rivière l'Yonne* » dont la situation géographique n'est pas identifiable. Ainsi, afin d'éviter tout litige, cette délimitation devrait faire l'objet de précision géographique et cartographique.
 - 5.1.2 On lit dans le titre de ce chapitre « *secteur de protection élargie* ». Or le règlement du RLP fait état d'un « *secteur de protection préservée* ». Afin que ce document soit cohérent dans sa globalité, il est souhaitable de n'employer qu'un seul et même vocable à savoir : « *préservée* ». En effet, un RLP ne pouvant être que plus restrictif que la réglementation nationale, le terme « *élargie* » n'est pas approprié.

III / Règlement du RLP : « Dispositions particulières à chaque secteur » *Ante notu*

- **Titre IV Article n°1** : Site Patrimonial Remarquable et Sites Classés
 - page 21 : S'agissant des limites des sites classés, même remarque que dans le chapitre n° 5.1.1 du rapport de présentation. On lit notamment « *rive gauche : la promenade et les pelouses situées entre la route nationale n°6 de Paris à Lyon et la rivière l'Yonne* » Afin d'éviter tout litige, cette délimitation devrait faire l'objet de précision géographique et cartographique.
 - page 23 : S'agissant des dispositions particulières aux enseignes lumineuses, on lit que ces dernières peuvent être éclairées indirectement par des tubes néons non visibles. La technologie actuelle permet dorénavant l'utilisation de leds (de surcroît moins énergivores). Il est souhaitable de réécrire cet article en privilégiant les systèmes d'éclairage à basse consommation électrique.

- **Titre IV Article n°2 : Secteurs de protection renforcée**
 - page 23 : S'agissant de la densité publicitaire sur le domaine privé, on lit « *il ne peut être installé, sur une unité foncière de 80 ml au plus, un seul dispositif publicitaire* ». Un schéma accompagnant cet article énonce que par exception il peut être deux dispositifs muraux. Il est souhaitable de préciser que cette exception est envisageable quand les dispositifs sont alignés verticalement ou horizontalement. En effet, le schéma seul ne facilite pas la compréhension de cet article.

- **Titre IV Article n°3 : Secteurs de protection préservée**
 - page 28 : Les dispositifs scellés au sol dans les différents carrefours présents dans ce secteur sont référencés dans les annexes du RLP. Il est indispensable de prévoir une possible évolution en cas de création d'un nouveau carrefour.
 - Page 28 et 29 : S'agissant de la densité publicitaire sur le domaine privé, même remarque qu'à l'article n°2 du secteur de protection renforcée. En effet, le schéma seul ne facilite pas la compréhension de cet article qui mérite d'être clarifié.

- **Titre IV Article n°4 : Autres secteurs**
 - page 30 : on lit que la publicité numérique devra respecter le Code de la Route. Un RLP est élaboré pour protéger le cadre de vie et n'a pas vocation à faire référence à d'autres codes que le Code de l'Environnement. Cet article doit être retiré.

IV / Conclusion:

Les observations développées supra sont à prendre en compte à l'issue de l'enquête publique. Elles ne remettent toutefois pas en cause l'ensemble du projet de révision règlement local de publicité d'Auxerre. Cependant, il est souhaitable qu'une réflexion au sein de la Communauté de l'Auxerrois soit engagée dans les meilleurs délais afin de programmer l'élaboration d'un règlement local de publicité à l'échelle de l'EPCI.

Fait à Auxerre, le **23 DEC. 2019**

Pour le préfet et par délégation,
le directeur départemental des territoires,

Didier ROUSSEL

PRÉFET DE LA RÉGION BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

Direction Régionale de l'Environnement,
de l'Aménagement et du Logement

Dijon, le 06 FEV. 2020

Service biodiversité eau patrimoine

Le Directeur Régional

Pôle sites et paysages

à

M. le Président
Communauté de l'Auxerrois
Direction de l'urbanisme et du dynamisme du
territoire
6, place du maréchal Leclerc
BP 58
89 010 AUXERRE Cedex
à l'attention de M.Olivier Boudherem

D 2020_0131

Affaire suivie par : Nicolas Drouhin
nicolas.drouhin@developpement-durable.gouv.fr
Tél. 03 45 83 22 13

Objet : Avis DREAL sur le RLP d'Auxerre (89)

Vous trouverez, ci-après, l'avis de la DREAL en tant que personne publique associée au projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville d'Auxerre.

Contexte du RLP

La ville d'Auxerre est dotée d'un RLP depuis le 2 mars 1990. Elle a tenté une révision du RLP en 2011, mais celle-ci n'a jamais été finalisée. La communauté de l'Auxerrois, aujourd'hui compétente en matière de publicité, a décidé par délibération du 20 juin 2019 d'arrêter le projet de révision du RLP engagée par la ville en 2011.

La collectivité doit avoir finalisé la révision de son RLP pour le 13 juillet 2020 : à défaut, le RLP sera caduc et la ville d'Auxerre reviendra sous le régime du règlement national de publicité (mesure de la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, qui donnait un délai de 10 ans pour réviser les RLP adoptés avant 2010).

Avis sur le dossier

Le diagnostic du RLP est très ancien (antérieur à 2012) et aurait mérité d'être actualisé lors de la reprise de la révision.

Le dossier est synthétique et concis, ce qui présente un certain confort de lecture. Cependant, il présente des omissions concernant les sites classés qu'il conviendra de corriger avant l'approbation, en particulier :

- L'oubli du site classé du Clos de la Chainette : le rapport de présentation du RLP évoque les sites classés des promenades entourant le centre-ville, des quais de l'Yonne et du jardin de l'arbre sec. En revanche, il omet d'évoquer le site classé du Clos de la Chainette, vignoble urbain tout à fait singulier et exceptionnel du paysage auxerrois, dont je joins l'arrêté ministériel de classement du 06 janvier 2004 au présent courrier. Il conviendra d'ajouter cette emprise aux différentes pièces du RLP (rapport, règlement, plans) ;

Horaires d'ouverture : 9h00-12h00 / 13h30-17h00

Tél : 33 (0) 3 81 21 67 00 – fax : 33 (0) 3 81 21 69 99

TEMIS, 17 E rue Alain Savary, CS 31269, 25005 BESANCON CEDEX
www.bourgogne-franche-comte.developpement-durable.gouv.fr

- Dans le règlement du RLP, il conviendra de préciser explicitement en partie 1.2 du titre IV que la publicité et les pré-enseignes sont interdites dans les sites classés.

Par ailleurs, le règlement du RLP autorise la mise en place de publicité numérique dans « les secteurs de protection préservée » et dans « les autres secteurs » (articles 3 et 4). Le règlement prévoit que le format de ces panneaux numériques est limité à 5m², à apposer exclusivement en support mural. Leur forme et leur nombre ne sont cependant pas limités. Au regard des impacts environnementaux de ces installations de publicités numériques (consommations énergétiques, nuisances et troubles pour les riverains et les utilisateurs des espaces publics, impacts sur la faune...), la DREAL est défavorable à cette autorisation d'installation de panneaux numériques, d'autant plus sur une commune qui est aujourd'hui épargnée par cette problématique.

Conclusion

Le projet de révision du RLP d'Auxerre apparaît relativement inabouti : il est basé sur un diagnostic trop ancien, il est peu étayé, et incomplet sur la thématique des sites classés.

Pour autant, il permettra de poursuivre la mise en œuvre de la réglementation locale de publicité par la collectivité, dans l'attente de la mise en place d'un RLPI à l'échelle de l'agglomération auxerroise. L'élaboration d'un règlement intercommunal apparaît aujourd'hui vivement souhaitable, et devra être engagée rapidement.

La DREAL émet un avis favorable à la prolongation de la mise en œuvre du RLP sur la commune d'Auxerre par le biais de cette révision, sous réserve :

- d'intégrer la servitude du site classé du Clos de la Châinette au RLP ;
- d'indiquer explicitement dans le règlement que les publicités et pré-enseignes sont interdites dans les sites classés ;
- de ne pas autoriser la pose d'écrans de publicité numérique ;
- d'engager sans attendre un RLPI intercommunal à l'échelle de l'agglomération.

Le chef du pôle Sites et Paysages



Philippe BREUILLY

copie : DDT89

Direction régionale
des affaires culturelles
de Bourgogne-Franche-Comté

Unité départementale de
l'architecture et du patrimoine
de l'Yonne

Affaire suivie par : Aymeric Nicol

Tél. : 03 86 52 38 84
Courriel : aymeric.nicol@culture.gouv.fr

N/Réf. : Udap89/5/RLP AUXERRE
D200321

L'Architecte des Bâtiments de France

à

M. le Président de la communauté
d'agglomération de l'Auxerrois
Direction de l'Urbanisme et du Dynamisme du
Territoire
6, place du Maréchal Leclerc
BP 58
89 010 AUXERRE Cedex

À l'attention de M. Olivier Boudierhem

Auxerre, le 30 décembre 2019

Objet : (Yonne) Révision du Règlement Local de Publicité d'Auxerre
Avis de l'architecte des bâtiments de France

Saisi du dossier relatif au projet de règlement local de publicité applicable à la commune d'Auxerre, je vous fais part de mon avis.

I- Contexte

La ville d'Auxerre est dotée d'un RLP depuis le 2 mars 1990. Désormais compétente en matière d'urbanisme, la communauté de l'Auxerrois a décidé par délibération en date du 10 octobre 2019, de poursuivre la révision du RLP engagée par la ville dès 2011.

II- Enjeux

Le centre ancien d'Auxerre est un site patrimonial remarquable. Le secteur sauvegardé couvre 67 hectares, délimités par arrêté ministériel le 29 mai 1968 à l'intérieur de la ceinture des boulevards et des quais, à l'exception du quartier du pont.

Les promenades plantées situées entre la ligne des anciens remparts et la chaussée des boulevards Vaulabelle, Davout, du Temple, Vauban et de la Chaînette ; les quais situés rive gauche entre le pont Paul Bert et le pont de la Tournelle ; les quais et le

port situés rive droite entre le quai Saint-Marien, la rue Saint-Martin, les Saints-Mariens ; le jardin de l'Arbre Sec sont des sites classés, protégés au titre du code de l'environnement par arrêté ministériel du 4 janvier 1965.

Quant au clos de la chaînette, il est protégé comme site classé au titre du code de l'environnement par arrêté ministériel du 4 janvier 1965.

La commune d'Auxerre compte 34 monuments historiques. Si la plupart sont situés dans le centre ancien, leurs périmètres de protection des abords couvrent une surface qui s'étend bien au-delà comme en témoigne le plan des servitudes annexé au projet de RLP.

L'enjeu principal du RLP consiste à limiter les nuisances visuelles portant atteinte au cadre de présentation des monuments historiques et protéger les perspectives sur la ville historique.

III- Le projet présenté

Le projet se compose d'un rapport de présentation, d'un règlement et d'annexes.

Le règlement prévoit des dispositions communes et des dispositions particulières en fonction d'un zonage établi selon les qualités patrimoniales du territoire. Ce zonage distingue le site patrimonial remarquable et les sites classés, les faubourgs anciens et les hameaux (secteur de protection renforcée), les zones urbaines à forte densité pavillonnaire et économique, ainsi que les entrées de ville (zone de protection élargie), et enfin, le reste du territoire communal situé en agglomération.

IV- Avis de l'architecte des bâtiments de France

Sur le rapport de présentation

Ce diagnostic, déjà ancien, aurait mérité d'être mis à jour. Ainsi, il est fait référence à la disparition des pré-enseignes hors agglomération à l'horizon 2015 (page 13).

De la même manière, le rapport de présentation présente des manques qu'il conviendrait de compléter. Aucune photographie n'est légendée et le diagramme présenté page 11 ne comporte ni titre, ni légende.

Concernant les servitudes d'utilité publiques des erreurs et des omissions sont à noter. Bien que les périmètres de protection des abords de la commune soient bien représentés sur le plan annexé au document (annexes page 10/16), la liste des monuments historiques recense seulement 6 édifices parmi les 34 présents sur le territoire. La liste complète des monuments historiques devrait être reprise dans le rapport de présentation ou ajoutée en annexe.

De la même manière, le plan du secteur sauvegardé et des sites classés (annexes page 6/16) et le rapport de présentation ne font pas état de la protection du clos de la chaînette, comme site classé au titre du code de l'environnement. Cette omission contraint à revoir une partie du plan de zonage.

Sur la densité publicitaire sur le domaine privé

Dans le secteur de protection renforcé, l'article 2-3 du titre IV prévoit une règle puis deux exceptions dont la rédaction est peu claire et rendra cet article difficilement applicable.

Sur la publicité en site patrimonial remarquable


L'article L.581-8 du code de l'environnement interdit la publicité dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables et aux abords de monuments historiques. Cependant, il peut être dérogé à cette règle dans le cadre d'un règlement local de publicité.

Toutefois, le plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) est un document d'urbanisme à valeur réglementaire. Or celui du site patrimonial remarquable d'Auxerre, adopté par décret en Conseil d'État le 20 octobre 1981, interdit expressément les panneaux publicitaires (article US 11 b-9). Considérant que la dérogation offerte à la pose de chevalet prévue à l'article 1-2-A du titre IV n'est pas de nature à mettre en valeur la qualité urbaine et les richesses architecturales du centre ancien d'Auxerre, il serait souhaitable de retirer cette dérogation du règlement local de publicité.

En conclusion, malgré une longue période de mise en révision, le RLP de la ville d'Auxerre apparaît comme un document mal finalisé, notamment dans sa partie rapport de présentation. Si les erreurs et omissions qui y sont relevées, ne remettent pas en cause l'ensemble du document, il conviendrait d'y remédier. En même temps, la règle concernant la densité publicitaire pourrait être clarifiée.

Néanmoins, conformément au règlement du PSMV et afin de préserver les qualités urbaines du centre ancien d'Auxerre, il conviendrait de retirer la dérogation offerte à la pose de chevalets publicitaires.

**Le chef de l'Unité Départementale de l'Architecture
et du Patrimoine de l'Yonne
Architecte des Bâtiments de France**


Jean-Louis Auger

**Délibérations du
Conseil municipal du 18 décembre 2019**

Date de la convocation : 9 décembre 2019

Date d'affichage : 9 décembre 2019

Le Conseil Municipal de la Commune, régulièrement convoqué, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances, sous la Présidence de Christophe BONNEFOND, Maire

Présents : 15
Absents : 2
Votants : 15

Présents : Christophe BONNEFOND – Roland DESLIN – Françoise SOBKOWIAK – Denis GABRIELLE – Philippe MAILLET – Jean-Paul METTIVIER – Marie-Thérèse HUGOT-GONZALEZ – Cécile JOUBERT- VITELLIUS – Luc FAUSSEY – Alvaro DE CARVALHO – Maryline CHAMEROY – Nicole CULOT – Angélique LUPI – Marie-Claude AUGÉ – Laurent CHATEAU

Absents : Stéphane BONFILLOU - Ophélie CHATON

Secrétaire de séance : Cécile JOUBERT- VITELLIUS

**Objet de la délibération : REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP) DE LA
COMMUNE D'AUXERRE**

Monsieur le Maire présente au Conseil Municipal le règlement de publicité (RLP) de la Commune d'Auxerre nouvellement arrêté par délibération du 10 octobre 2019.

Après en avoir délibéré le Conseil Municipal décide à l'unanimité :

- De ne formuler aucune observation et de donner un avis favorable sur le projet arrêté du RLP de la commune d'Auxerre.

Envoyé en préfecture le 02/01/2020
Reçu en préfecture le 04/01/2020
Affiché le
ID : 089-218904381-20191218-11019-DE

Pour copie conforme,
Le Maire,
Christophe BONNEFOND



Communauté de l'Auxerrois
(Département de l'Yonne)
Projet de RLP de la ville d'Auxerre

Observations et demandes des associations
Paysages de France et Sites & Monuments

Paysages de France
Maison de la nature et de l'environnement
5, place Bir-Hakeim
38000 Grenoble
www.paysagesdefrance.org



SPPEF
Société pour la protection des paysages et de l'esthétique de la France
39, avenue de La Motte-Piquet
75007 Paris
www.sppef.fr

Par courrier en date du 5 novembre 2019, la Communauté de l'Auxerrois a sollicité l'avis de l'association Paysages de France sur le projet de RLP de la commune d'Auxerre.

Ce dernier a donc été examiné avec la plus grande attention, cela en concertation avec la Société pour la protection des Paysages et de l'esthétique de la France (SPPEF) / Sites & Monuments.

Si les associations précitées notent une volonté d'améliorer la situation sur un certain nombre de points et se félicitent que l'élaboration du RLP ne serve pas (hormis l'autorisation des chevalets) d'outil de déconstruction des dispositions protectrices de l'article L 581-8 dans le site patrimonial remarquable (SPR)¹, force est de constater cependant qu'elles sont conduites à émettre de très importantes réserves et à demander que des modifications substantielles soient apportées au projet, lequel comporte au demeurant de très importantes lacunes ainsi que des dispositions gravement entachées d'illégalité.

Portée du règlement

La façon dont est rédigé le projet rend quasiment impossible pour un non spécialiste l'appréciation exacte de la portée du règlement.

En effet, de nombreuses dispositions du projet ne sont en fait que la transcription de celles du règlement national de publicité RNP.

C'est ainsi que le « Titre II » (« Dispositions applicables aux publicités et préenseignes ») mêle régulièrement des limitations ou interdictions relevant du RNP à celles instaurées par le projet de règlement.

Il en est ainsi par exemple de la hauteur maximale des publicités scellées au sol (6m) qui est celle fixée par la réglementation nationale, de l'interdiction du dépassement de

¹ Les associations prennent également bonne note des mesures prises dans ce secteur en matière d'enseignes.

l'égout du toit, de la publicité sur les arbres, sur les murs des cimetières et des jardins publics, à moins de 0, 50mètre du sol, sur les poteaux de transport et de distribution électrique etc....

Ce même défaut affecte les dispositions applicables aux enseignes (« Titre III ») dont l'article 1-1 ne fait que reprendre sans rien en changer les dispositions du Code de l'environnement applicables aux enseignes sur façades commerciales.

Plusieurs alinéas de l'article 1-7 de ce même titre comportent le même défaut.

Cette façon de procéder est bel et bien de nature à tromper sur la portée du règlement dès lors qu'elle ne permet pas à un non-spécialiste du domaine de distinguer clairement ce qui relève de la réglementation nationale (RNP) des éventuels apports du projet.

Il convient donc de modifier en conséquence le projet afin de lever cette ambiguïté et d'assurer toute la transparence nécessaire.

Périmètre de protection des monuments historiques

Le dernier alinéa de l'article 4 (publicité sur mobilier urbain) du « Titre II » dispose :

« En périmètre de protection de Monument Historique, le mobilier urbain supportant de la publicité sera soumis à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France. »

Cette formulation laisse entendre que le projet de RLP se propose de lever l'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du Code du patrimoine (article L581-8, I, 1° du Code de l'environnement).

Les associations demandent expressément que le projet de RLP ne serve pas de prétexte à la déconstruction des mesures de protection instaurées par l'article précité du Code de l'environnement. **Elles demandent donc notamment la suppression du dernier alinéa de l'article 4 (publicité sur mobilier urbain) du « Titre II ».**

Publicité sur mobilier urbain

L'article 1 du « Titre II » du projet s'applique aux « publicités et préenseignes ».

L'article 4 de ce même « Titre II » vise quant à lui « la publicité sur mobilier urbain ».

Il résulte de ce distinguo que la publicité sur mobilier urbain n'est pas soumise aux dispositions de l'article 1.

Or l'article 4 précité se borne à donner une définition de la publicité sur mobilier urbain, sans pour autant prévoir la moindre mesure qui puisse lui être appliquée dans le cadre du RLP.

Il autorise donc implicitement la publicité sur mobilier urbain :

1. Dans toutes les zones autres que celle correspondant au « secteur sauvegardé » et « Sites classés », autrement dit dans les secteurs dénommés « de protection renforcée », de « protection préservée » et sur la partie du territoire dénommée « Autres secteurs » ou soumis au RNP, cela selon les règles les plus permissives fixées par le Code de l'environnement ;
2. Selon un format pouvant aller jusqu'à six fois la surface maximale autorisée à Paris ;
3. Numérique²,
 - a. sans même d'horaires d'extinction ;
 - b. du format le plus grand fixé par le Code de l'environnement (8 m²)
4. **Sans la moindre règle de densité ou sans même que soit fixé un nombre maximum de dispositifs³** ;
5. Selon la hauteur maximale fixée par le RNP (6 m !) ;
6. Lumineuse par projection ou transparente et sans même d'horaires d'extinction ;
7. Défilante.

Le projet de RLP d'Auxerre dans sa version actuelle reste, sur ce plan, extrêmement éloigné de ce qu'une collectivité se doit de faire en la matière (voir *infra*).

Les mesures envisagées concernant la publicité sur mobilier urbain sont telles qu'il n'est pas possible, eu égard aux enjeux en cause et au rôle que jouerait alors la collectivité, de permettre qu'elles prospèrent en l'état.

La première mesure à prendre est donc de bannir les dispositifs mentionnés à l'article R. 581-47 du Code de l'environnement, à tout le moins d'en réduire drastiquement le format, la hauteur et le nombre.

De la même manière, il convient de prendre des mesures applicables aux dispositifs mentionnés à l'article R. 581-43 du même code (« abris destinés au public »).

En effet, bien qu'un abri destiné aux voyageurs n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, force est de constater que ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public et, en l'occurrence, les voies publiques. Or cette pratique est d'autant plus intrusive que les publicités en question sont implantées le long des axes les plus passants, au niveau même du regard des voyageurs et à quelques centimètres seulement des yeux de ces derniers.

² Les publicités numériques comptent parmi les dispositifs qui perturbent le plus l'ambiance paysagère des lieux et les banalisent le plus. Elles vont à l'encontre des dispositions à prendre dans le cadre d'un RLP au regard de l'urgence climatique.

³ Le RLP de Paris limite le nombre de publicités sur mobilier urbain.

Publicités sur mobilier urbain

Les associations Paysages de France et Sites & Monuments alertent tout particulièrement sur ce point le maire d'Auxerre et son conseil.

Il est en effet indispensable, eu égard notamment aux enjeux cruciaux rappelés plus bas, que la collectivité se montre exemplaire et, partant, que le mobilier urbain retrouve sa vocation propre et ne serve pas de prétexte à l'installation massive et inconsidérée de publicités sur les voies publiques.

(Si elles devaient malgré tout être admises, il conviendrait de les autoriser exclusivement sur les abris pour voyageurs et selon les modalités suivantes :

- a. Une seule face dédiée à la publicité commerciale, l'autre étant réservée à la promotion du patrimoine architectural, artistique et culturel de la commune, de la communauté urbaine, du département ou de la région ;
- b. Interdiction des publicités numériques ainsi que défilantes ;
- c. Règle de densité ou nombre maximum de dispositifs pouvant supporter de la publicité à fixer dans le règlement ;
- d. Respect des horaires d'extinction.

Les associations concernées sont bien évidemment ouvertes à toute solution susceptible de conduire à des avancées significatives.

Publicités **autres que** sur mobilier urbain

Le projet dans sa version actuelle prévoit notamment d'autoriser :

1 - Des publicités de grand format (8 m²) et de la hauteur maximale (6m) fixée par le Code de l'environnement.

Or ce type de panneau est désormais systématiquement lumineux (éclairé par projection ou transparence), mobile (affiches défilantes) et donc motorisé.

L'impact de tels dispositifs sur le cadre de vie, le paysage urbain et l'environnement (voir *infra*) est considérable.

2 - Des publicités numériques murales de 5 m² et de 6 m de hauteur dans la zone dite « de publicité préservée » (sic).

Or l'impact des dispositifs numériques est tel (voir *infra*) que leur présence n'est pas compatible avec le minimum requis en matière de protection du cadre de vie, du paysage et de l'environnement en général.

Le projet de RLP s'attarde sur de nombreux points. Ces derniers ne peuvent apparaître que de détail et, en définitive, essentiellement propres à conforter la place de la publicité dans l'espace public dès lors que les mesures permettant de s'attaquer à la « racine du mal » que sont les publicités scellées au sol de grand format et les publicités numériques ne sont pas prises.

Respecter au mieux le principe d'équité

1 - La zone dite « *secteur de protection préservée* » (sic) couvre notamment les secteurs « *à forte densité pavillonnaire* ».

Les dispositions applicables dans cette zone sont encore plus laxistes que ne le sont celles applicables dans la zone dite « *secteur de protection renforcée* » (sic).

Y sont notamment admis, outre les **publicités scellées au sol de grand format** lumineuses (par projection ou transparence), à affiches défilantes et donc motorisées, **les « écrans vidéos »** (sur mur), soit deux des dispositifs parmi les plus agressifs et les plus pénalisants pour l'environnement.

Cette situation a pour effet de mettre gravement à mal le principe d'équité (voir *infra*), les personnes habitant dans ce secteurs ayant donc à subir la double peine.

2 - Par ailleurs, de vastes secteurs, dont certains ne sont pas identifiables sur les plans fournis, sont soumis aux règles les plus laxistes prévues par la réglementation nationale, autre source d'inéquité entre habitants d'un même territoire.

Appliquer le principe de dépollution aux secteurs les plus pollués et non l'inverse

Les zones d'activités, zones commerciales et axes commerciaux sont hélas connus pour être les plus dégradés. Ces secteurs sont devenus le symbole même de cette « France moche » qui défraie régulièrement la chronique, y compris à l'étranger.

La logique consistant à « charger la barque » dans ces secteurs va très exactement à l'inverse de tout ce qu'il convient justement d'y faire, à savoir de les réhabiliter et les réintégrer dans l'urbanité.

La mise en place ou la révision d'un RLP est donc une occasion privilégiée pour engager un tel processus, de façon concrète et pour donner un signal politique et urbanistique clair en la matière.

Rendre le règlement lisible et applicable

Le principe sur lequel repose le découpage des zones dites « *secteur de protection renforcée* » et « *secteur de protection préservée* » souffre d'un très grave défaut.

Ces zones ne sont en effet constituées que d'un ensemble d'axes et de leurs abords immédiates, le reste étant *a priori* soumis aux dispositions les plus laxistes prévues par la réglementation nationale.

Un tel découpage, outre ses effets de déstructuration, d'émiettement de l'espace et d'aggravation des différences de traitement infligés aux habitants d'un même territoire, ne peut que rendre très difficile la lecture du règlement sur le terrain et donc son application.

Ceci d'autant plus que les plans fournis ne permettent pas de délimiter clairement les périmètres des zones en question.

Il convient donc de reprendre entièrement ce découpage aux multiples effets négatifs.

Publicités **autre** que sur mobilier urbain

S'agissant de la publicité autre que sur mobilier urbain et afin notamment :

- D'apporter le minimum requis en matière de protection du cadre de vie et du paysage ;
- De respecter au mieux le principe d'équité et de réduire au maximum les écarts éventuels entre les différentes zones ;
- D'apporter les réponses qui s'imposent, dans le cadre de l'élaboration d'un RLP au regard de l'urgence climatique ;

Les associations Paysages de France et Sites & Monuments proposent les mesures prioritaires suivantes :

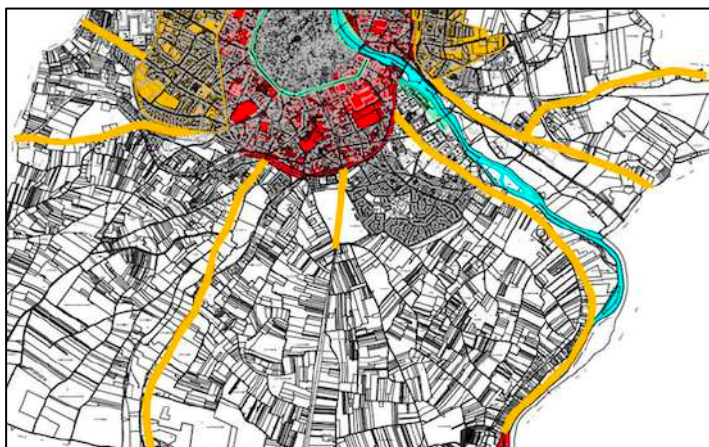
1. **Format unique de 4 m² maximum** (« hors tout ») pour les publicités murales à raison d'une seule publicité par emplacement sur façade **entièrement aveugle** ;
2. **Interdiction en toutes zones des publicités numériques** (à défaut : 1 m² maximum, uniquement sur dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol parallèlement à une façade de bâtiment commercial et à 0,25 m maximum de distance de cette dernière, à raison d'une seule publicité par unité foncière et uniquement dans les secteurs agglomérés dépourvus d'habitations) ;
3. **Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol interdite** (à défaut : limitée à 2 m² maximum et à 2,20 m de hauteur ; dispositifs motorisés et affiches défilantes interdits ; uniquement dans les secteurs agglomérés dépourvus d'habitations ; autorisée à raison d'un dispositif par unité foncière de plus de 200 mètres).

Les associations Paysages de France et Sites & Monuments sont bien évidemment ouvertes à toute solution susceptible de conduire à des avancées significatives sur ce point.

Un projet gravement entaché d'illégalité

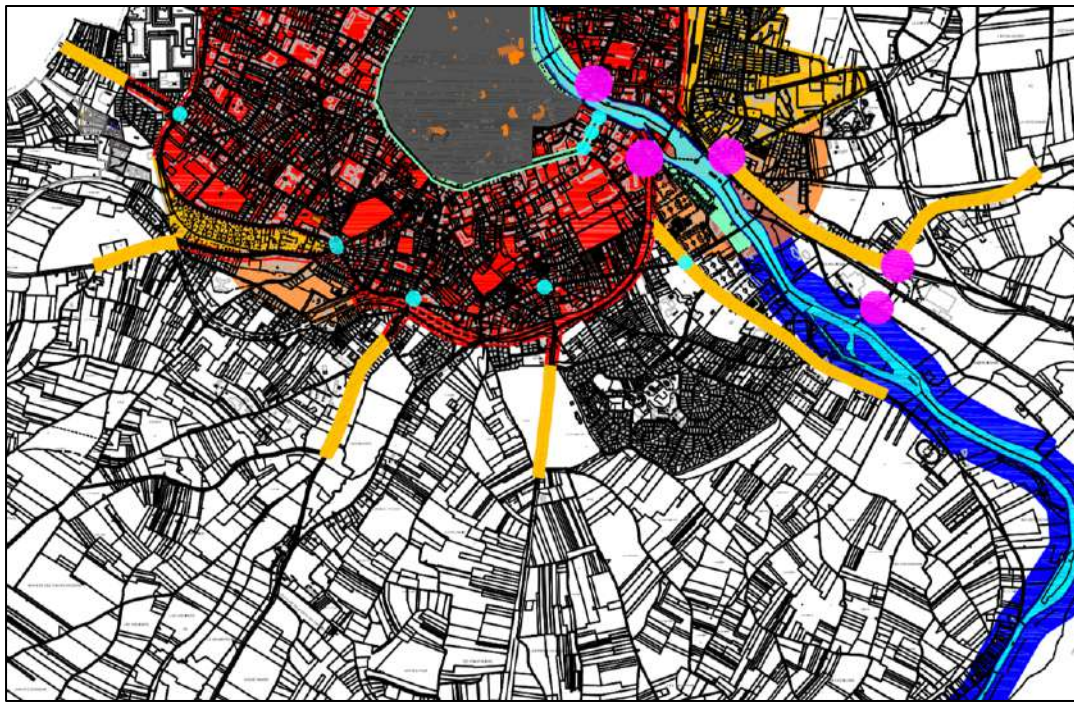
Périmètre du « secteur de protection préservé »

Le périmètre de la zone dite « secteur de protection préservée », en jaune sur les plans, zone qui est notamment censée couvrir en autres les « entrées de ville », comprend plusieurs axes situés hors agglomération où s'appliquent donc théoriquement les dispositions des pages 28 et 29 du projet de RLP, mais où toute publicité est pourtant interdite par la réglementation nationale, sans dérogation possible dans le cas d'espèce.

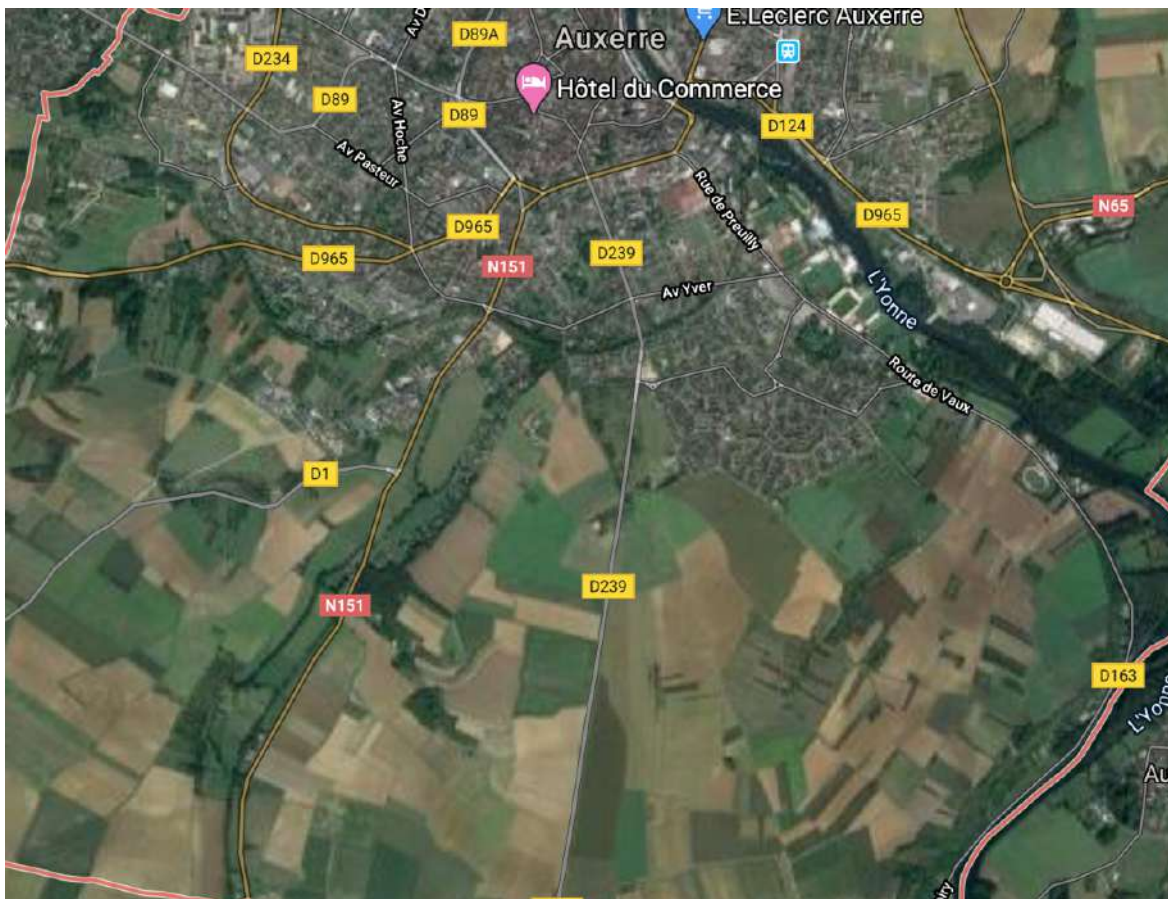


Qui plus est, les plans diffèrent selon qu'ils figurent dans le règlement ou dans les annexes, les portions situées hors agglomération desdits axes étant plus ou moins importantes...

Ci-contre : extrait du plan de zonage figurant dans le projet de règlement.



Ci-contre :
 extrait du plan
 de zonage
 figurant dans
 les annexes.
 Dans les deux
 cas, les axes
 marqués en
 jaune sont en
 partie ou en
 grande partie
 situés hors
 agglomération.

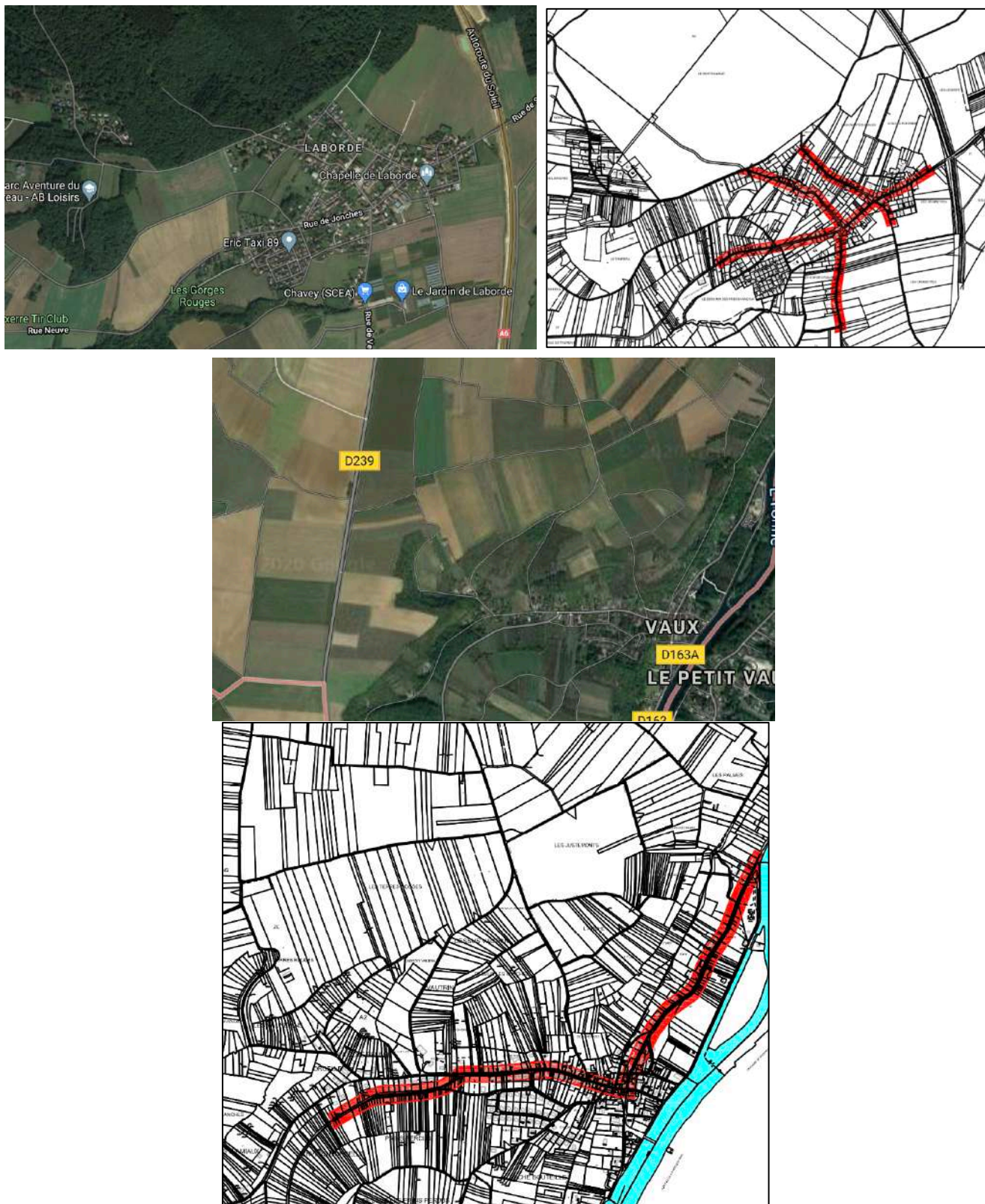


Il convient donc nécessairement de mettre en cohérence les plans de zonage et de rectifier cette grave erreur de façon à éviter un contentieux dont l'issue ne ferait aucun doute.

Statut des « hameaux » ou « villages » coupés de l'agglomération de plus de 10 000 habitants

La zone dite « secteur de protection renforcée » inclut notamment des zones réputées agglomérées qui ne font pas partie de l'agglomération principale.

Il en est ainsi par exemple des villages de Laborde et de Vaux.



Or le projet de RLP prévoit d'autoriser dans cette zone des publicités scellées au sol, lesquelles sont interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

De même, le projet de RLP prévoit d'autoriser des publicités sur mur d'une surface pouvant aller jusqu'à 8m². Or la surface maximale des publicités ne peut excéder 4 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Enfin, aucune enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut, dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants comme hors agglomération, excéder la surface de 6 m².

Au demeurant, d'autres secteurs, bien que reliés à l'agglomération, ne peuvent être considérés comme étant situés « en agglomération » du fait de leur contexte spécifique (absence de bâti rapproché », « becs de canard » au milieu des cultures ou de zones non bâties). En tout état de cause, le simple bon sens demande que l'on y interdise toute publicité.

Préenseignes temporaires dans une agglomération de plus de 10 000 habitants

L'article 2 des « *Dispositions communes aux publicités et enseignes* », prévoit d'autoriser l'« *affichage [et] le fléchage temporaires* ».

Une telle disposition est illégale.

Il convient ici de rappeler que le 1^{er} alinéa de l'article [L. 581-19](#) du Code de l'environnement dispose :

« Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent les publicités. »

Le Code de l'environnement ne prévoit aucune catégorie de préenseignes temporaires autres que celles mentionnées aux articles [R. 581-68](#), [R. 581-69](#) et [R. 581-71](#) du Code de l'environnement.

La seule dérogation prévue par la réglementation nationale concerne les préenseignes temporaires de 1,50 m² installées hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants et « *qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois* », le nombre de ces préenseignes étant « *limité à quatre par opération ou manifestation* » ([article R. 581-71 du Code de l'environnement](#)).

Les dispositions de l'article 2 précité doivent donc impérativement être supprimées.

Problèmes rédactionnels

L'article 1 du « Titre I », « Dispositions générales » « *[institue] dans les lieux qualifiés "agglomération" » « quatre secteurs de protection, délimités sur le plan de zonage ».*

Le quatrième secteur couvre le « *reste du territoire communal* » (en agglomération donc). Il est « *soumis aux dispositions du Code de l'environnement et à ses décrets d'application.* »

Pour autant, l'article 4 « *Autres secteurs* » (page 30) du « *Titre IV* » « *Dispositions particulières à chaque secteur* » fixe des règles applicables à la publicité numérique.

Il y a donc là une incohérence notoire entre l'article 1 du « Titre I », qui se réfère au RNP et l'article 4 précité qui fixe des règles autres que celles du RNP.

En tout état de cause, il convient également de signaler que la publicité numérique ne peut être autorisée dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ce qui est le cas notamment des villages de Laborde et de Vaux.

Enfin, ce même article 4 fait mentionne, sans plus de commentaires et donc sans que l'on sache pourquoi, deux catégories de publicités et préenseignes (« *dispositif mural* » et « *dispositif scellé au sol* »)...

Observations relatives aux enseignes

L'élaboration d'un RLP(i) permet de prendre des mesures en matière d'enseignes susceptibles d'améliorer la qualité du cadre de vie des populations, mais aussi de réduire les distorsions qui peuvent exister entre les différentes composantes du territoire.

Le RLP peut également faire l'objet de prescriptions permettant d'éviter la surenchère et, inversement, de favoriser un exercice plus équilibré et apaisé de la concurrence entre acteurs économiques, cet exercice étant souvent mis à mal, aux dépens des commerces de centre-ville et de proximité, par les réseaux de la grande distribution.

Enfin, l'élaboration d'un RLP(i) est aussi une occasion d'inscrire, de manière concrète, significative et durable l'implication de la collectivité en faveur de la transition écologique, de la protection de la biodiversité, de la lutte contre la pollution du ciel nocturne tout en donnant un signal fort tant en direction des acteurs économiques que de la population.

Lacunes

Le projet comporte quatre lacunes majeures.

Enseignes numériques

Le projet interdit les enseignes numériques dans la zone correspondant au « secteur sauvegardé » et « Sites classés ».

En revanche, dans les autres zones et hors agglomération ces dernières ne sont soumises à aucune autre règle que celles applicables aux enseignes éclairées par transparence ou par projection.

Or, avec les publicités numériques, ces enseignes font partie des dispositifs les plus agressifs (voir *infra*).

La simple application du RLP dans sa version actuelle permettrait donc notamment d'y installer des enseignes numériques :

- Murales pouvant atteindre sur certains bâtiments des surfaces considérables ;
- Scellées au sol de 7, 20 m² ;
- Perpendiculaires (dites « drapeau » dans le projet) de 1 m².

Enseignes scellées au sol ou posées directement sur le sol de 1 m² ou moins

Le projet ne mentionne pas les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de 1 m² ou moins.

Or, en l'absence de dispositions spécifiques dans un RLP, ces dernières ne sont pas limitées en nombre (voir *infra*).

Enseignes temporaires

Le projet se borne exclusivement à réglementer – sans au demeurant fixer de règles de surface de nombre, etc. – l'installation d'enseignes temporaires dans le cas de « l'ouverture d'un commerce » :

« L'emploi de banderoles, calicot est admis pour l'annonce de l'ouverture d'un commerce exclusivement sur la façade et son installation est limitée à 2 mois maximum. »

En revanche, aucun article du projet de RLP ne concerne, hormis ce cas de figure, les « enseignes temporaires » mentionnées à l'article R.581-68 du Code de l'environnement, en particulier celles « signalant des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ». Une telle lacune peut conduire à de très importants débordements (voir *infra*).

Enseignes hors agglomération

Le « Titre III » « Dispositions applicables aux enseignes » ne précise pas si ces dernières s'appliquent également hors agglomération.

Afin d'éviter toute ambiguïté et risque juridique, il convient à tout le moins de préciser que lesdites règles s'appliquent sur l'ensemble du territoire de la commune.

Autres cas :

Enseignes sur façades

Le projet ne prévoit aucune disposition particulière relative à la surface maximale cumulée des enseignes sur façades.

Une telle lacune peut conduire à de très importants débordements (voir *infra*).

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus de 1 m²

Hormis dans la zone correspondant au « secteur sauvegardé » et « Sites classés », le projet autorise les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol d'une surface de 7,20 m² et de type « totem ».

De nombreuses raisons aussi bien environnementales qu'économiques plaident en faveur de leur interdiction chaque fois que faire se peut (voir *infra*).

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de 1 m² ou moins

Aucune disposition applicable aux enseignes scellées au sol de 1 m² ou moins n'est prévue dans le cadre du projet de RLP.

Grave lacune

En effet, l'article R 581-64 du Code de l'environnement (RNP) limite le nombre d'enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol à un dispositif le long de chacune des voies bordant l'immeuble où est exercée l'activité.



En revanche, le RNP ne limite pas le nombre des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de 1 m² ou moins.

On observe donc souvent, autour des établissements commerciaux, une prolifération de ce type de dispositifs, prolifération qui a un effet très négatif sur l'environnement.

De plus, l'absence d'encadrement dans un RLP du nombre de ce type de dispositifs permet de contourner la réglementation : la tentation peut être forte en effet, alors que le code de l'environnement limite, sans dérogation possible, le nombre de dispositifs au sol de plus de 1 m², de compenser cette restriction par l'installation de dispositifs au sol de de 1 m² ou moins, dont le nombre quant à lui n'est pas limité...



La vocation d'un RLP est précisément de pallier cette lacune du RNP par une disposition permettant d'éviter la prolifération incontrôlée et incontrôlable des dispositifs au sol.

Or, contrairement à la quasi-totalité des RLP récents ou en cours d'élaboration, qui limitent de façon stricte le nombre de ces dispositifs, voire les interdisent même lorsque les activités concernées sont implantées dans de grandes agglomérations ou zones commerciales, le projet de règlement de publicité d'Auxerre, dans sa version actuelle, fait l'impasse sur ce point.

Il convient donc *a minima* d'en fixer le nombre à un dispositif par voie bordant l'activité, dans la limite de deux dispositifs en tout.

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de 1 m² ou moins

Recommandation des associations Paysages de France et Sites & Monuments :

Les enseignes scellées au sol de 1 m² ou moins sont interdites.

(À défaut : une enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de 1 m² ou moins peut être installée le long de chacune des voies ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité concernée, dans la limite de deux dispositifs en tout).

Dispositifs numériques (publicités et enseignes)



Les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, **sont considérés par les professionnels comme ayant le plus fort impact sur leur environnement.**

L'effet des dispositifs numériques sur l'ambiance paysagère des lieux, et cela à grande distance, n'est plus à démontrer.

Leur "agressivité", du fait notamment de la puissance lumineuse diffusée et d'éclairs (*flashes*) intermittents tout particulièrement en fin de journée ou en soirée selon les saisons, est considérable.

Il n'est donc pas étonnant qu'une étude conduite dans le Douaisis fasse état d'un « **impact visuel de 700 % plus important qu'un dispositif traditionnel.** »

Ils aggravent donc en outre, et cela de façon très importante, la **pollution du ciel nocturne.**

Ce sont également, de très loin, les dispositifs **les plus accidentogènes.**

Ils sont une cause de **gaspillage énergétique** d'autant plus choquante que ce gaspillage prend une allure ostentatoire.

Diffusant des messages mobiles, animés et renouvelables en permanence, ils jouent de fait le rôle de publicités démultipliées, notamment sur l'emprise de certaines grandes et moyennes surfaces commerciales.

Pour toutes ces raisons, nombre de communes interdisent purement et simplement sur l'ensemble de leur territoire les enseignes numériques.

Dispositifs numériques

Recommandation des associations Paysages de France et Sites & Monuments

Les associations Paysages de France et sites & Monuments conseillent vivement, outre les mesures à prendre concernant les publicités numériques, d'interdire les enseignes numériques sur l'ensemble du territoire et d'empêcher ainsi qu'un phénomène aussi préoccupant à tous points de vue puisse se développer.

L'interdiction des enseignes numériques justifie à elle seule la mise en place ou la révision d'un RLP.

Enseignes temporaires mentionnées à l'article R 581-68 du Code de l'environnement

Réglementer à l'occasion de l'élaboration d'un RLP les enseignes temporaires signalant des « *manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique* ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois » (article R. 581-70) constitue un enjeu très important.

En effet, à défaut de mesures adaptées, les dispositions spécifiques régissant ce type d'enseignes peut conduire à d'importantes dérives et à priver en partie de leur portée les mesures relatives aux enseignes permanents prises dans le cadre d'un tel règlement.

Enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

L'article R. 581-70 du Code de l'environnement renvoie aux seules dispositions de l'article R. 581-60 du même code. Il en résulte que les enseignes temporaires apposées à plat ou parallèlement à un mur ne sont soumises à aucune limite de surface et de nombre.

Grave
lacune



Rien donc n'interdit d'installer en et hors agglomération des enseignes temporaires sur façades de très grandes dimensions voire géantes.

Rien même n'interdit non plus de recouvrir la totalité des façades.

Cette disposition permet également de contourner les mesures prévues dans un RLP pour encadrer les bâches publicitaires.

En outre, même lorsqu'il s'agit de banderoles plus ou moins grandes, ce type de dispositif résiste mal au temps : les bâches se décrochent, se déchirent, sont fixées avec des ficelles...

Enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol au sol de plus de 1 m²

L'article R. 581-70 du Code de l'environnement, renvoyant à l'article R. 581-64 du même code, limite le nombre des enseignes temporaires au sol de plus de 1 m² selon les mêmes règles que celles applicables aux enseignes au sol permanentes (« un

dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée »⁴).

En revanche, il ne fixe **aucune limite de surface** pour les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus de 1 m².

Enseignes temporaires scellées au sol ou installées directement sur le sol de 1 m² ou moins

L'article R. 581-70 restant silencieux sur les enseignes temporaires au sol de 1 m² ou moins, ces dernières, tout comme les enseignes permanentes de 1 m² ou moins et à plat sur mur ou parallèlement à un mur, se retrouvent *de facto* autorisées sans limite de nombre par le RNP.

Enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu

L'article R. 581-70 renvoyant à l'article R. 581-62, rien n'interdit non plus d'installer sur toiture une ou plusieurs enseignes dont la surface cumulée peut être considérable (60 m² !), qui plus est, sans que ces dernières soient soumises aux autres conditions applicables aux enseignes permanentes sur toiture ou terrasse en tenant lieu (lettres découpées, dissimulation des fixations, hauteur).

Enseignes temporaires relatives à des opérations dites exceptionnelles

Propositions des associations Paysages de France et Sites & Monuments :

*« Seules sont autorisées les enseignes temporaires apposées sur la façade commerciale (façade correspondant à l'entrée principale lorsqu'il en existe plusieurs). La surface **cumulée** de ces enseignes temporaires ne peut excéder **2 m²**. Ces enseignes ne peuvent être numériques. »*

Exposé des motifs

- Empêcher que la réglementation applicable aux enseignes permanentes ne soit contournée ;
- Éviter les phénomènes de prolifération et de surenchère ;
- Favoriser un exercice plus équilibré de la concurrence ;
- Renforcer la protection du cadre de vie et du paysage.

Enseignes temporaires perpendiculaires au mur qui les supporte

Des enseignes temporaires dites perpendiculaires peuvent également être installées, qui plus est, sans limite de nombre.

Dès lors que le règlement local reste silencieux et se borne donc à renvoyer implicitement aux dispositions du Code de l'environnement, la succession de quatre opérations dites « *exceptionnelles* » dans l'année permet donc de transformer les enseignes temporaires en un affichage permanent susceptible de s'affranchir, selon le cas, de la totalité ou d'une partie des mesures applicables aux enseignes pérennes correspondantes.

⁴ Article R. 581-64, 3^e alinéa



Enseignes sur façade

L'un des principaux enjeux d'un RLP est, entre autres, de réhabiliter ou de favoriser la qualité des zones commerciales, mais aussi de protéger au mieux les espaces hors agglomération ainsi que, en agglomération, les secteurs autres que centraux ou patrimoniaux, l'objectif étant d'empêcher et

d'anticiper *a minima* les débordements tels que ceux illustrés par la photographie ci-contre.

En l'absence de surface maximale définie (plafond), certains bâtiments pourraient en effet se retrouver affublés d'enseignes gigantesques.

À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade fait 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut recevoir une enseigne de 120 m²

Il convient donc d'assortir notamment la règle de pourcentage fixée par le RNP d'une surface cumulée maximale ou surface plafond.

Enseignes sur façades

Proposition des associations Paysages de France et Sites & Monuments :

« La surface cumulée des enseignes parallèles sur une même façade ne peut ni dépasser

15 % de la surface de ladite façade ni dépasser la surface de X m² (6 m² par exemple). Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % ou à X m² maximum (4 m² par exemple) lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 mètres carrés. Le nombre d'enseignes sur façades est limité à X »

Exposé des motifs

- Éviter que ne puissent être installées sur certains bâtiments des enseignes gigantesques ;
- Éviter le phénomène de surenchère ;
- Assurer un exercice plus équilibré de la concurrence entre acteurs économiques ;
- Assurer à tous les habitants un même niveau de protection de leur

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus de 1 m²

Qu'elles soient de type « traditionnel », semblables aux publicités scellées au sol, ou de type dit « totem », les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est limitée ;

Enseignes scellées ou installées directement sur le sol de plus de 1 m²

Propositions des associations Paysages de France et Sites & Monuments :

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus de 1 m² sont autorisées si aucune des enseignes apposées sur l'une des façades du ou des bâtiments où s'exerce l'activité n'est visible d'une voie ouverte à la circulation publique.

Exposé des motifs

- Simplification du règlement ;
- Meilleure lisibilité des enseignes sur façades ;
- Exercice plus équilibré de la concurrence ;
- Renforcement de la protection du cadre de vie et du paysage.

Les modèles de type « totem » se caractérisent, du fait notamment des couleurs et matériaux utilisés, par leur aspect clinquant et sont un facteur de banalisation du paysage urbain ;

L'utilité des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol n'est pas avérée, ces dernières ayant même des effets « pervers » :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité ;
- En provoquant un effet de surenchère entre acteurs économiques, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence entre ces derniers ;
- En défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va également à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence entre acteurs économiques.

En conséquence, il est d'autant plus pertinent de n'autoriser de tels dispositifs que lorsqu'aucune des enseignes sur façades de l'établissement où s'exerce l'activité n'est visible depuis une voie publique que, le plus souvent, ces derniers seraient manifestement superfétatoires.



*Même non lumineuse (photo ci-contre), une enseigne scellée au sol peut non seulement avoir un **impact visuel** important, mais également constituer un vecteur important de **banalisation** du paysage.*

ANNEXES

ANNEXE - 1

La procédure RLP face aux enjeux environnementaux et sociétaux cruciaux de notre temps

P- 1- Les textes régissant la publicité, les enseignes et les préenseignes figurent dans le livre V du Code de l'environnement, lequel traite de la « **prévention des pollutions, des risques et des nuisances.** »

Le regretté Michel Serres a osé des mots très forts pour dénoncer « *l'abomination* » et les « *coups de poing atroces* » de ces « *panneaux honteux* », qui défigurent des pans entiers du paysage français.

Il est allé jusqu'à s'étonner publiquement que « *le public lui-même se soumette et ne fomente jamais de réunion ni ne forme de foule en proie à une ire prophétique pour détruire ces panneaux honteux et leurs auteurs au milieu !* »

Qu'un homme dont la « *bonté se voyait et s'entendait* », « *honnête homme par excellence* », « *humaniste du XXI^e siècle* », et « *visionnaire* » (Jean-Michel Blanquer, ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, 1^{er} juin 2019), ait pu prononcer de telles paroles ne peut manquer de nous interpeller.

La mise en place d'un RLP est donc une occasion d'écouter aussi ce que disait sur cette question ce « *visionnaire* ». Et de lui rendre hommage par des actes.

P- 2- De même, moins que jamais aujourd'hui, une telle démarche doit avoir pour effet d'accentuer les inégalités entre citoyens et, notamment, entre habitants d'un même territoire. Or le découpage du territoire, à travers la mise en place dans le cadre d'un RLP de zones où s'appliquent des règles pouvant différer du tout au tout, peut, s'il n'est pas conduit avec toute la mesure et le discernement nécessaires, mettre gravement à mal le principe sacro-saint du droit de tous les habitants d'un même territoire à bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie et de leur environnement.

P- 3- En outre, indépendamment de la question du paysage, du cadre de vie et du patrimoine, il n'est plus raisonnablement possible aujourd'hui d'élaborer un RLP en faisant abstraction d'un enjeu aussi crucial que l'urgence climatique, laquelle demande en effet que de véritables mesures de « **salut public** » soient enfin prises.

P- 3-1 Il est un fait que la publicité extérieure représente, à travers le déploiement dans l'espace public de multiples dispositifs lumineux, une source de gaspillage énergétique absolument considérable et un contre-exemple ostentatoire de tout ce qu'il convient de faire en la matière.

P-3-2 Qui plus est, personne ne peut nier, à commencer par les publicitaires, que l'objet même de la publicité commerciale telle qu'elle s'expose dans l'espace public n'a d'autre objet que d'inciter en permanence les populations à acheter et à consommer.

Or plus personne n'ignore aujourd'hui que cette perpétuelle et omniprésente incitation, ce « harcèlement publicitaire » jusque sur les voies publiques, constituent l'un des facteurs aggravants majeurs de la destruction des ressources de la planète comme en témoigne par exemple le drame planétaire que représente le « 7^e Continent », formé par un amoncellement exponentiel de déchets.

P- 3-3 Sans compter encore la mise en difficulté de certaines catégories de populations, moins armées que d'autres pour analyser le phénomène, mesurer les enjeux et résister aux séductions et aux injonctions des messages et images publicitaires.

P- 3-4 Sans compter non plus la mise en danger⁵ des usagers des voies publiques par la mobilité et la luminosité de messages dont la fonction est d'attirer le plus possible leur attention.

P- 3-5 Ni la contradiction qu'il y a à organiser l'installation en grand nombre de dispositifs, publicités et enseignes, lumineux et même numériques, dans l'espace public et sur les trottoirs⁶, au moment même où partout l'on veille à réduire l'éclairage public, à lutter contre la pollution du ciel nocturne et à protéger la biodiversité victime de la débauche de lumière.

P- 3-6 Ni la mise en difficulté de milliers d'acteurs économiques des centres urbains et de proximité par le recours massif de la grande distribution à la publicité extérieure et aux enseignes de grandes dimensions alors qu'il convient de prendre les mesures favorisant un exercice plus équilibré et plus apaisé de la concurrence.

Plus que jamais aujourd'hui, il appartient donc aux collectivités quelles qu'elles soient de se montrer exemplaires s'agissant des enjeux précités.

Ces derniers imposent désormais à toutes que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et, plus encore, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

⁵ Des études dont les résultats sont concordants (25 à 29 % d'accidents en plus) ont été conduites sur cette question aux États-Unis (Alabama, Floride et Ohio), en Israël et en Suède.

⁶ Voir notamment à ce sujet, *infra*, page 22 « Publicité sur mobilier urbain : devoir d'exemplarité ».

ANNEXE - 2

2 - 1 Urgence écologique et RLP : défendre la planète et les populations contre l'offensive des lobbies



Alors que « la planète brûle », alors que les dernières études sur le climat tirent la sonnette d'alarme et en appellent à une réduction massive et immédiate des émissions à effet de serre, le lobby des afficheurs et leurs relais – volontaires ou non (souvent, des bureaux d'études) – jettent de l'huile sur le feu en exigeant ou organisant l'installation massive sur les trottoirs :

- De publicités énergivores (lumineuses, motorisées) ;
- De publicités appelant constamment à consommer toujours plus.

AFP.

17 septembre 2019 : « La température moyenne de la planète à la fin du siècle dépend donc fortement des politiques climatiques qui seront mises en œuvre dès maintenant et tout au long du XXI^e siècle », insistent les experts ».

L'un des principaux promoteurs mondiaux de la publicité dite extérieure sous toutes ses formes (publicités géantes, lumineuses, numériques, le long des axes les plus parcourus...) multiplie les « démarches » – d'aucuns diraient les « pressions » – auprès des collectivités et des élu(e)s pour que les publicités sur les trottoirs :

- Ne soient jamais limitées en nombre ;
- Soient autorisées jusque dans les lieux où la publicité est normalement interdite (article L. 581-8 du Code de l'environnement) ;
- Soient installées jusque dans les plus petits villages ;
- Ne fassent jamais l'objet de mesures d'extinction nocturne dans le cadre des RLP(i)⁷.

L'urgence écologique impose de mettre un terme à cette "logique" contre nature, consistant, de fait, à attiser les flammes.

Face à cette logique destructrice, il appartient aux élu(e)s de prendre toute la mesure des responsabilités qui leur incombent.

⁷ « Nous vous recommandons [...] de ne pas soumettre l'ensemble des publicités (lumineuses), dès lors qu'elles sont supportées par le mobilier urbain, aux règles d'extinction nocturne » (enquête publique RLP Lons, Pyrénées-Atlantiques, lettre JCDecaux du 02-07-2019 à commissaire enquêteur).

2 - 2 Publicité sur mobilier urbain : devoir d'exemplarité

Dans le cadre de l'élaboration d'un RLP(i), la publicité sur mobilier urbain est désormais l'une des questions politiquement les plus sensibles eu égard :

- **Aux enjeux environnementaux cruciaux que l'actualité nous rappelle quotidiennement ;**
- **À la responsabilité morale des collectivités en la matière ;**
- **Au devoir d'exemplarité qui leur incombe.**

La logique consistant à faire du domaine public et des voies publiques (trottoirs)⁸ des lieux où peut se déployer massivement la publicité – cela allant jusqu'à la déconstruction de protections instaurées par le Code de l'environnement – va très exactement à l'encontre de tout ce qu'une collectivité se doit, à l'évidence, de faire en matière d'environnement.

En effet, si l'élaboration d'un RLP(i) concerne directement la protection du cadre de vie et ne doit pas, non plus, remettre en cause les mesures destinées à lutter contre la pollution du ciel nocturne, aujourd'hui d'actualité, il n'est plus possible pour une collectivité de faire désormais abstraction des enjeux environnementaux cruciaux⁹ rappelés plus haut. Et donc, moins que jamais aujourd'hui il est raisonnablement et moralement acceptable, pour une collectivité, de favoriser et d'organiser le déploiement massif de la publicité, **à commencer par les lieux relevant de sa responsabilité directe**, cela, au demeurant, au profit souvent quasiment exclusif d'opérateurs de publicité agissant à l'échelle mondiale.

ANNEXE - 3

Refuser de faire du RLP un outil de déconstruction de mesures de protection instaurées par le Code de l'environnement

Le projet, dans sa rédaction actuelle, laisse entendre que la publicité sur mobilier urbain pourrait être autorisée « *en périmètre de protection de Monument Historique* ».

La vocation d'un RLP n'est assurément pas de déconstruire des protections instaurées par la loi.

La possibilité de déroger à l'interdiction de la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement ne doit être utilisée qu'à titre exceptionnel et avec le plus grand discernement. Certainement pas pour polluer des lieux protégés et encore moins pour y installer cette pollution sur les voies publiques elles-mêmes et aller ainsi à l'encontre du devoir d'exemplarité que les collectivités se doivent de donner.

⁸ Lieux qui relèvent directement de la responsabilité de la collectivité et qui sont les plus exposés.

⁹ Autres que ceux relatifs au paysage, au cadre de vie et au patrimoine.

ANNEXE - 4

Respecter le droit de tous les habitants d'un même territoire à bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie et de l'environnement

L'un des principes « sacro-saints » que se doit de poursuivre toute collectivité est de considérer que tous les habitants d'un même territoire, en l'occurrence tous leurs administrés, ont *a minima* le droit de bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie. Et donc d'éviter de faire du RLP un outil qui pénalise certains habitants et, partant, instaure des mesures qui seraient alors incontestablement discriminatoires.

À défaut, ce serait la collectivité elle-même qui déciderait d'organiser la mise en place de mesures allant très exactement à l'encontre du principe d'équité.

Or le respect du principe d'équité est, au contraire, un objectif que toute collectivité a à cœur de poursuivre, et qu'il lui convient donc de poursuivre dans le cadre de l'élaboration d'une réglementation locale de la publicité et des enseignes.

Si des mesures adaptées peuvent dans certains cas se justifier, notamment dans ceux des secteurs patrimoniaux qui ne sont pas déjà protégés en application des dispositions des articles L. 581-4 et L. 581-8, il convient de réduire au mieux les distorsions entre les différents espaces d'un même territoire et les inégalités de traitement entre habitants qui pourraient en résulter. Et donc de faire en sorte que les mesures prises dans les secteurs où la réglementation nationale est considérablement moins protectrice tendent vers une réduction significative des écarts que permet sinon cette dernière.

ANNEXE - 5

Remarques complémentaires

Les associations Paysages de France et Sites & Monuments précisent que leurs **interventions se font dans un cadre strictement bénévole, avec pour seule finalité** :

- De mettre au service des collectivités une expertise, reconnue au niveau national, en matière d'affichage publicitaire et d'enseignes ;
- De servir au mieux les objectifs de préservation et de mise en valeur du cadre de vie des populations, du paysage et du patrimoine des territoires concernés ;
- De rappeler que la mise en place d'un RLP est une occasion privilégiée pour inscrire notamment dans les faits et concrètement :
 - L'implication de chaque collectivité en faveur de la transition écologique ;

- Le respect du principe d'égalité entre habitants d'un même territoire (droit de tous à bénéficier d'un même niveau de protection de leur cadre de vie et de leur environnement) ;
- La mise en place de mesures favorisant un exercice plus équilibré et plus apaisé de la concurrence entre acteurs économiques.

Elles se tiennent donc à la disposition du maire d'Auxerre et de son conseil pour échanger sur les mesures qu'elles proposent.

Elles sont bien sûr ouvertes aux solutions, susceptibles de conduire à des avancées significatives, qui leur seraient proposées.