

**Commune de Miserey-Salines**

# **Règlement local de publicité**

**Rapport de présentation**

# Sommaire

Introduction .....	3
1. Contexte géographique et administratif .....	4
1.1. Localisation .....	4
1.2. Données chiffrées .....	4
1.3. Axes de communication .....	5
1.4. Activités économiques et industrielles.....	5
1.5. Sites protégés .....	5
2. Historique de la démarche .....	6
2.1. Contenu de la mission.....	6
2.2. Chronologie :.....	6
Phase 1 : diagnostic de la publicité extérieure dans le Grand Besançon. ....	6
Phase 2 : Elaboration de 6 règlements intercommunaux de publicité (RIP) à l'échelle de groupes de communes identifiées comme partageant les mêmes problématiques.....	7
3. Diagnostic.....	8
3.1. Objet du diagnostic.....	8
3.2. Problèmes identifiés .....	8
3.3. Cartographie des secteurs à enjeu .....	9
3.4. Synthèse statistique.....	10
4. Orientations .....	11
4.1. Améliorer l'attractivité du territoire et le bien-être des habitants en affirmant l'identité et l'image du territoire:.....	11
4.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :.....	12
4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes .....	12
5. Objectifs .....	13
5.1. Zonage : Trois secteurs .....	13
5.2. Objectifs pour les préenseignes.....	13
5.3. Objectifs pour les enseignes .....	14
Objectifs pour les enseignes du centre-ville .....	14
Objectifs pour les enseignes en zones d'activité .....	15
5.4. Objectifs publicité .....	16
5.5. Economies d'énergie .....	17
Conclusion.....	17

# Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 123-13 et des dispositions transitoires de l'article L. 123-19 du même code.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au plan local d'urbanisme ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. À défaut de document d'urbanisme, il est tenu à la disposition du public.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.  
Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Outre les formalités de publication prévues par l'article R. 123-25 du code de l'urbanisme, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale. (*Article R. 581-79 du code de l'Environnement*)

# 1. Contexte géographique et administratif

## 1.1. Localisation

La commune de Miserey-Salines est située dans le département du Doubs et la région Franche Comté à environ huit kilomètres à l'Ouest de Besançon.

Elle fait partie du canton d'Audeux.

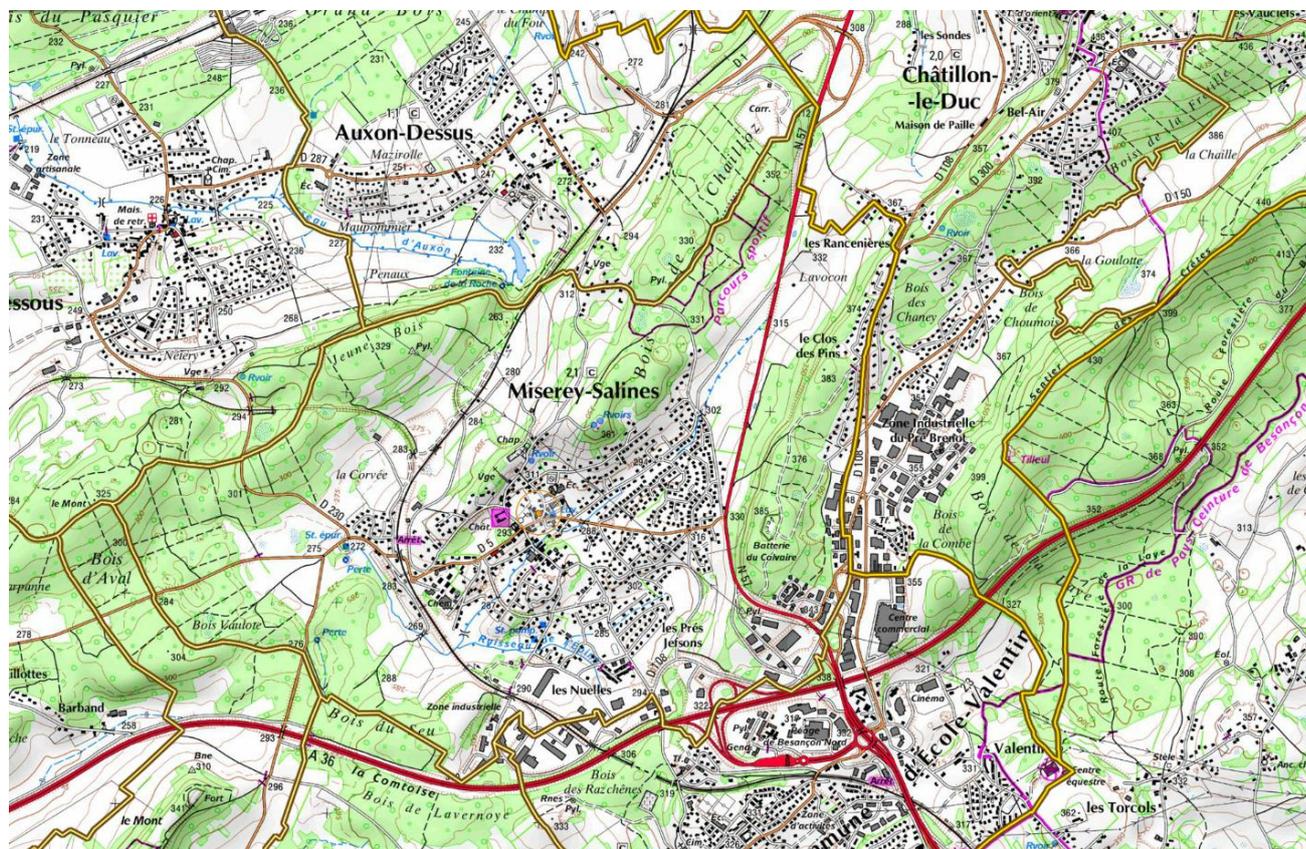
La commune appartient à la communauté d'agglomération du Grand Besançon.

Elle fait partie de son unité urbaine au sens INSEE.

La commune de Miserey-Salines est dans le territoire du Schéma de Cohérence Territorial approuvé le 14 décembre 2011.

Le territoire communal de Miserey-Salines est limité :

- Au Nord par la commune d'Auxon-Dessus.
- A l'Ouest par les communes d'Auxon-Dessus et Pelousey.
- A l'Est par les communes de Chatillon-le-Duc et Ecole-Valentin.
- Au Sud par les communes de Pouilley-les-vignes et Pirey.



Extrait de carte IGN tirée du site « Géoportail »

## 1.2. Données chiffrées

Superficie communale : 6.22 km<sup>2</sup> (622 ha).

Densité de population en 2009 : 339 habitants par km<sup>2</sup>

Population en 1999 : 2151 habitants

Population en 2009 : 2 108 habitants environ (Enquête INSEE – Résultats non publiés)

### **1.3. Axes de communication**

---

La commune de Miserey-Salines est traversée par la N 57 et la D5. Miserey-Salines se situe à proximité du péage autoroutier qui se situe au nord de Besançon. Le bourg comprend également une gare SNCF.

### **1.4. Activités économiques et industrielles**

---

Miserey-Salines partage une zone d'activité avec les communes d'Ecole-Valentin et Châtillon-le-Duc située en bordure de la RN 57 communément appelée « zone d'activité d'Ecole Valentin ». Il s'agit de l'une des plus grandes zones d'activité commerciale de l'agglomération bisontine.

Le centre village comprend quelques commerces et services.

### **1.5. Sites protégés**

---

La commune compte deux monuments historiques inscrits :

- Le Château de Miserey est inscrit depuis le 8 août 1994. Il s'agit d'une ancienne maison forte modernisée aux 17<sup>ème</sup>, 18<sup>ème</sup> et 19<sup>ème</sup> siècles située route de la Chapelle, dans le centre du village.

- La Chapelle saint Ferréol et St Ferjeux, située route de la Chapelle à la sortie du village.

La publicité est interdite sur ces monuments et à moins de 100 m et dans leur champ de visibilité.

Les demandes d'autorisation d'enseignes sont en outre soumises à l'accord de l'architecte des bâtiments de France dans le périmètre de protection défini autour des monuments historiques classés et inscrits et dans leur champ de visibilité. Il s'agit en l'occurrence de périmètre de protection modifié.

## 2. Historique de la démarche

### 2.1. *Contenu de la mission*

---

L'affichage publicitaire non maîtrisé est un problème que beaucoup de communes françaises connaissent, et notamment dans les entrées de ville. Cela constitue un réel enjeu en termes de rayonnement, d'aménagement paysager, voire, de sécurité.

Face à ces enjeux, le Grand Besançon a décidé par délibération le 22 juin 2007 de réaliser une étude afin de mesurer les impacts de la publicité extérieure sur les communes situées le long des grandes pénétrantes et ayant une zone d'activités. L'objectif étant d'envisager au vu de cet état des lieux, la mise en place de règlements adaptés là où cela s'avérerait pertinent.

En novembre 2007, le Grand Besançon confie une mission à un bureau d'études spécialisé avec le contenu suivant :

- Phase 1 : réaliser le diagnostic des irrégularités en matière d'affichage publicitaire sur les grandes pénétrantes de la CAGB (RD683, RN57, RD70, RD673), et identifier des sites nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.
- Phase 2 : accompagner les communes dans la mise en place de règlements de publicité.

### 2.2. *Chronologie :*

---

#### **Phase 1 : diagnostic de la publicité extérieure dans le Grand Besançon.**

De Janvier à Juin 2008, réalisation du diagnostic des irrégularités en matière d'affichage publicitaire sur les grands axes du Grand Besançon, et identification des sites nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.

La phase 1 s'est achevée le 9 juillet 2008 par sa restitution en comité de pilotage.

Sur les 32 communes du Grand Besançon étudiées, 19 sont particulièrement touchées par les débordements de l'affichage publicitaire, ce qui justifie la mise en place de règlements de publicité intercommunaux.

Dans un premier temps, 15 communes ont affirmé leur volonté de participer à l'élaboration d'un règlement intercommunal de publicité. Les communes en question, regroupées en sous-groupes de travail sont :

- Besançon / Beure / Thise / Chalezeule
- Ecole-Valentin / Chatillon-le-Duc / Miserey-Salines.
- Vaire-le-Petit / Novillars / Roche-lez-Beaupré
- Morre / Saône
- Pirey / Pouilley-les-Vignes
- Dannemarie-sur-Crête

## **Phase 2 : Elaboration de 6 règlements intercommunaux de publicité (RIP) à l'échelle de groupes de communes identifiées comme partageant les mêmes problématiques.**

La phase 2 est lancée le 27 octobre 2008 par décision en comité de pilotage puis interrompue en Mars 2009 du fait du désistement du prestataire.

Le 08 octobre 2009 l'étude est notifiée au bureau d'étude Alkhos pour achever la deuxième phase

Durant l'été 2010, la démarche, engagée dans le cadre de la procédure ante Grenelle II est interrompue de nouveau car elle est insuffisamment avancée au moment du changement de loi.

En effet, la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II modifie, notamment, certaines dispositions du Code de l'environnement dans son chapitre relatif à la publicité extérieure :

« Art. L. 581-14. – L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité »

« Art. L. 581-14-1. – Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au chapitre III du titre II du livre 1er du code de l'urbanisme ».

La démarche est réengagée fin 2010 selon la nouvelle procédure d'élaboration des RLP, sur le modèle de l'élaboration des plans locaux d'urbanisme.

La communauté d'agglomération du Grand Besançon (CAGB) n'étant pas compétente en matière de PLU, chaque commune a délibéré pour se doter d'un règlement Local de Publicité (RLP) propre.

La procédure d'élaboration des RLP a néanmoins continué à être encadrée par la CAGB afin de préserver l'homogénéité des règlements.

Les groupes de communes partageant les mêmes problématiques initialement établis sont maintenus. Ils sont complétés par les communes de Chemaudin, Vaux-les-Prés, puis Franois et Serres-les-Sapin. Leurs nouvelles compositions sont les suivantes :

- Besançon / Beure / Thise / Chalezeule / Franois
- Ecole-Valentin / Chatillon-le-Duc / Miserey-Salines.
- Vaire-le-Petit / Novillars / Roche-lez-Beaupré
- Morre / Saône
- Pirey / Pouilley-les-Vignes / Serres-les-Sapin
- Dannemarie-sur-Crête / Chemaudin / Vaux-les-Prés

Ainsi, la commune de Miserey-Salines a délibéré le 29 septembre 2012 pour prescrire l'élaboration d'un règlement local de publicité sur son territoire en remplacement du règlement intercommunal de publicité adopté en 2004 conjointement avec les communes d'Ecole-Valentin et Châtillon-le-Duc. Cette délibération fait état de ses objectifs ainsi que des modalités de la concertation. La délibération a été notifiée au préfet, au président du conseil général, au président du conseil régional, au président de la CAGB, aux présidents des chambres consulaires, aux communes limitrophes ;

Une réunion publique de concertation a été organisée le 29 novembre 2012 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux ;

## 3. Diagnostic

### 3.1. *Objet du diagnostic*

---

A partir d'un repérage de terrain très précis, le prestataire a procédé à un recensement et une description de l'ensemble des dispositifs publicitaires non conformes sur le territoire communal situés le long de la RN 57, à savoir : enseignes, préenseignes, panneaux publicitaires, mobilier urbain, micro-signalétique, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

Le diagnostic date de 2008, il est donc antérieur à la réforme du code de l'Environnement initiée par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite loi Grenelle II et complétée par le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 applicable depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2012.

Il ne perd cependant pas son utilité puisque la plupart des infractions constatées en 2008 sont toujours d'actualité. Il convient cependant de souligner que, compte tenu du durcissement global de la réglementation sur la publicité extérieure, le nombre de dispositifs non conformes est selon toute probabilité bien supérieur depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2012.

Il faut également préciser que les nouvelles dispositions réglementaires applicables à la publicité extérieure restent en-deçà des objectifs que se sont fixés les communes.

### 3.2. *Problèmes identifiés*

---

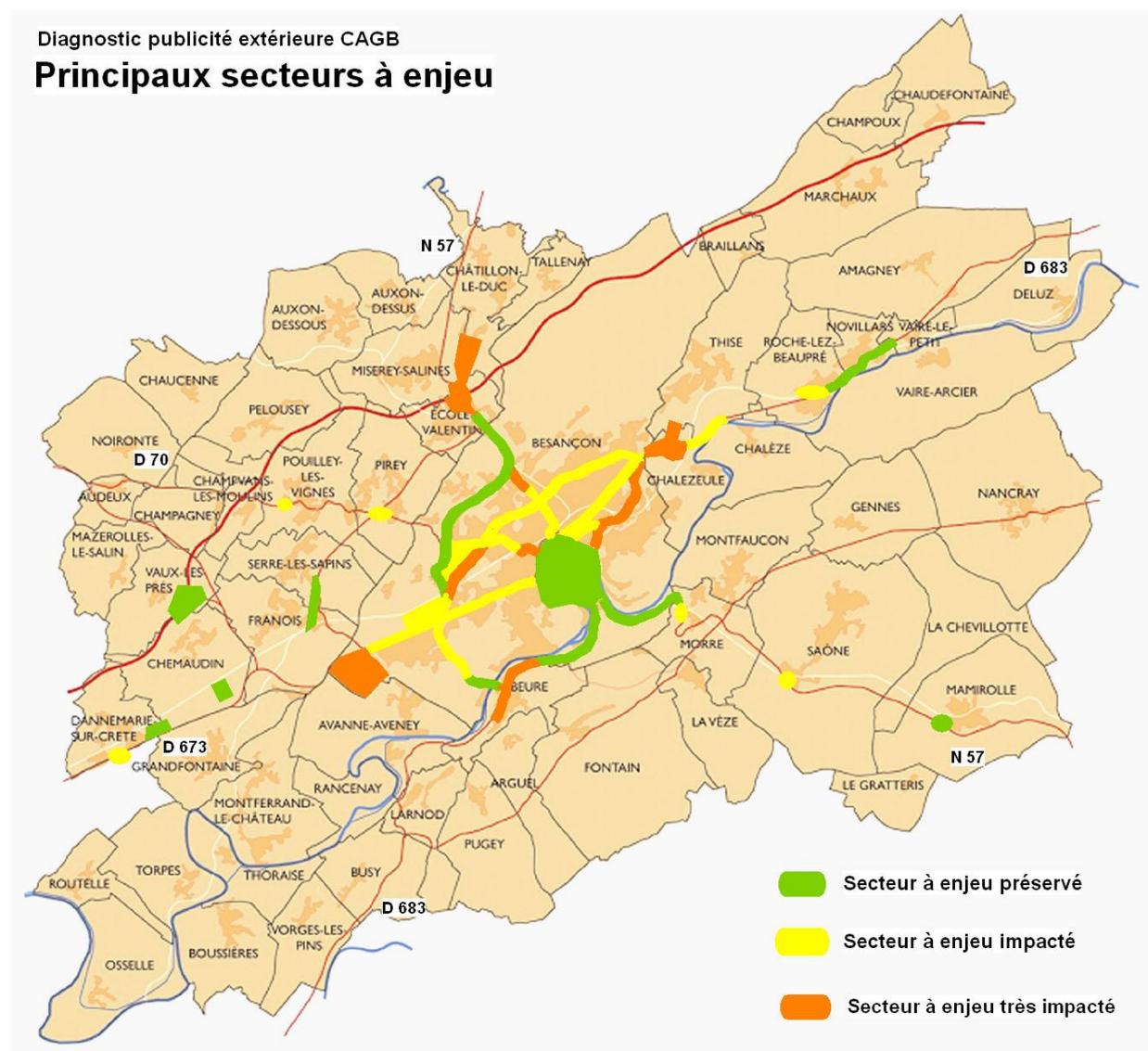
Le diagnostic fait apparaître diverses problématiques dans la commune en termes d'affichage :

- préenseignes qui prolifèrent le long de la RN 57 et dans la zone d'activité,
- enseignes de grande dimension et en surnombre,
- affichage sauvage lié à des manifestations,
- qualité perfectible des enseignes,

L'enjeu du RLP est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune ;

### 3.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic à l'échelle de l'agglomération a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :

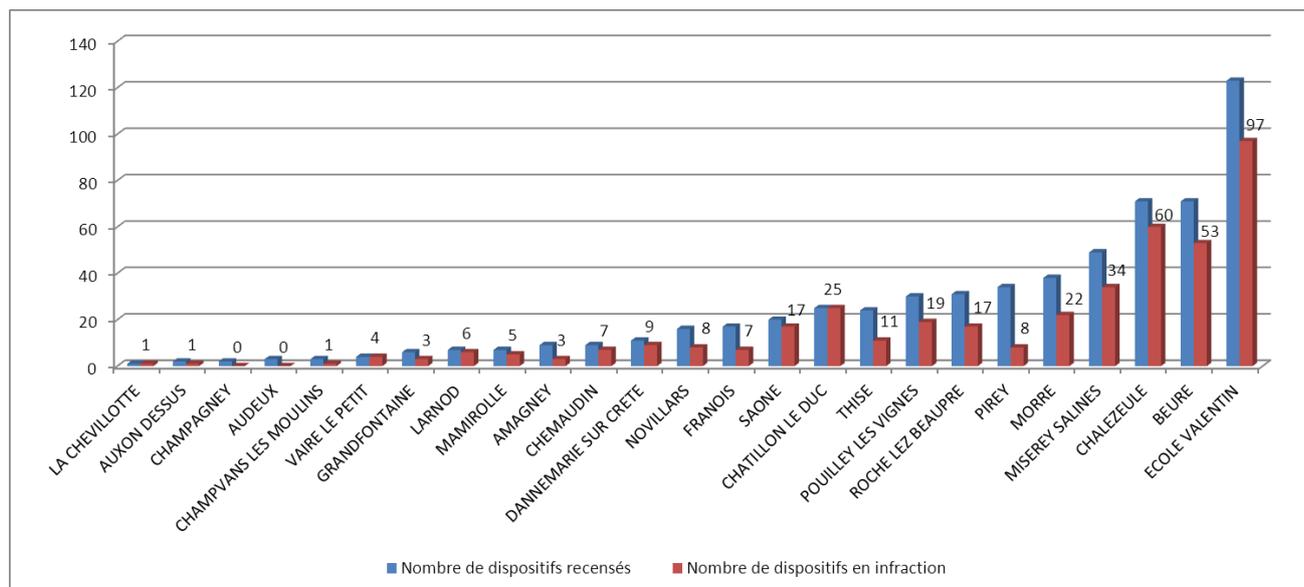


Miserey-Salines comprend un secteur, la zone d'activités d'Ecole Valentin et les abords de la RN 57 considérés comme à enjeu et fortement impacté par la publicité extérieure.

### 3.4. Synthèse statistique

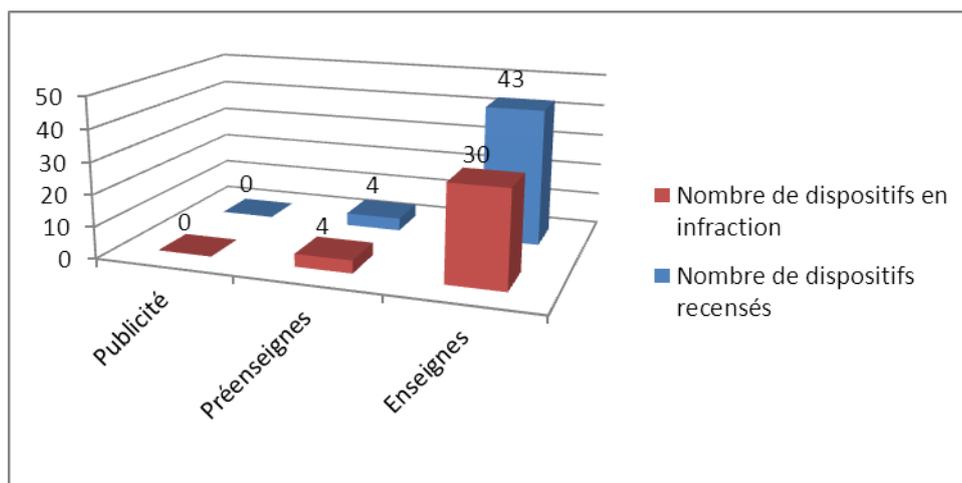
La dégradation du territoire se caractérise par un nombre important de dispositifs en infraction avec le Code de l'Environnement.

**850 dispositifs en infraction** ont été recensés en 2008 dans 24 communes de la CAGB :



La commune de Miserey-Salines compte pour sa part 34 dispositifs en infraction avec la réglementation nationale en vigueur au moment du relevé sur 47 dispositifs étudiés sur son territoire.

Nombre d'infractions par catégories de dispositifs à Miserey-Salines



Le diagnostic fait ressortir que la majorité des infractions est le fait des enseignes (30 dispositifs). Pour l'essentiel ces enseignes ne sont pas conformes aux règles de surface et de nombre imposées par le règlement de publicité.

Les préenseignes comptent quant à elles 4 dispositifs en infraction.

Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que de nombreux dispositifs conformes vis-à-vis de la réglementation nationale et du règlement de publicité, portent cependant un préjudice paysager important au territoire et que la simple application de la réglementation nationale (y compris applicable depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2012) n'est pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la commune.

## 4. Orientations

La réflexion sur la mise en place de RLP a été menée à l'échelle de l'agglomération afin de :

- favoriser une harmonisation de l'image de l'agglomération au regard de la publicité, des enseignes et des préenseignes :
- instaurer les mêmes règles de surface, de densité et de qualité dans la traversée des villages, dans les zones d'activité, les centres-villes...
- éviter les « effets report » d'une commune sur l'autre.

Aujourd'hui la réglementation nationale et le règlement de publicité en vigueur autorisent des dispositifs qui ne sont pas adaptés aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère chers à la commune de Miserey-Salines.

Soucieuse du cadre de vie de ses habitants et de la vocation économique de la commune, la municipalité souhaite harmoniser et limiter les impacts de l'affichage publicitaire sur son territoire et souhaite pour cela adopter un règlement local de publicité (RLP).

Sur la base du diagnostic, la commune de Miserey-Salines, en concertation avec les autres communes du territoire également engagées dans l'élaboration de RLP, a défini les grands enjeux et les orientations de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure.

### ***4.1. Améliorer l'attractivité du territoire et le bien-être des habitants en affirmant l'identité et l'image du territoire:***

---

- en améliorant la qualité et la lisibilité des principaux axes routiers la traversant qui constituent la première vitrine du territoire et en particulier, les abords de la RN 57 ;
- en protégeant, voire, en mettant en valeur le patrimoine architectural du centre du village ;
- en valorisant le patrimoine paysager par la préservation des perspectives sur les paysages environnants.



*Valoriser le patrimoine architectural*



*Valoriser le patrimoine paysager*

## 4.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale :

- en privilégiant la qualité et la lisibilité des enseignes dans le centre historique et les zones d'activité.



Enseignes de la zone d'activité à améliorer



Enseignes de centre-ville à améliorer

## 4.3. Renforcer la sécurité des automobilistes

- en limitant les signaux susceptibles de gêner la lisibilité de la signalisation routière



Préenseignes en surnombre à un giratoire de la zone d'activité

## 5. Objectifs

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Miserey-Salines a arrêté les objectifs permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son règlement local de publicité.

### 5.1. Zonage : Trois secteurs

Trois zones de publicité réglementées distinctes sur l'ensemble du territoire de la commune de Miserey-Salines, sont identifiées afin de tenir compte des caractéristiques spécifiques des secteurs concernés.

- La zone de publicité réglementée n° 1 concerne l'ensemble des secteurs à vocation principale d'habitation et d'équipement situés en agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 2 concerne les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle situés en agglomération.
- La zone de publicité réglementée n° 3 concerne l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération. Elle permet de réglementer le format des enseignes des établissements isolés.

### 5.2. Objectifs pour les préenseignes

- Limiter le nombre de préenseignes par établissement pour favoriser leur efficacité.
- En dehors du RLP, développer le jalonnement routier des zones d'activités et les relais d'information service. Ces relais sont composés de plans de ville ou de zone d'activité indiquant les différents commerces et entreprises.
- Harmoniser l'aspect des préenseignes en imposant une charte mobilière et graphique.



### 5.3. Objectifs pour les enseignes

Remarque : Pour les besoins de la démonstration, certains exemples photographiques sont pris en dehors de Miserey-Salines ou de la CAGB.

#### Objectifs pour les enseignes du centre-ville

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade.



## Objectifs pour les enseignes en zones d'activité

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des **enseignes à plat sur façade**.

Limiter la surface des enseignes sur façade en proportion de la surface commerciale de la façade (comme le prévoit la réglementation nationale depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2012). Au-delà de la réglementation nationale, limiter le nombre d'enseignes par façade d'établissement et prescrire un seuil maximum par enseigne (50 m<sup>2</sup>).



- Proscrire les **enseignes sur toiture** au profit des enseignes à plat sur façade afin de préserver les perspectives sur les paysages environnants.



Améliorer la lisibilité des zones d'activités en limitant le nombre et la surface des enseignes scellées au sol

Au-delà de la réglementation nationale qui limite le nombre des enseignes scellées au sol de plus de 1 m<sup>2</sup> à 1 dispositif par voie bordant l'activité (depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2012), prescrire des formats maximum en fonction du type de dispositif (6 m<sup>2</sup> sous forme de totem, 2 m<sup>2</sup> sous forme de mono pied...)



Enseignes de type mat porte drapeau à proscrire



Enseigne de type totem à favoriser

#### 5.4. Objectifs publicité

- Limiter le format et la densité de la publicité sur façade pour préserver les secteurs d'habitation.



- Interdire la publicité scellée au sol (sauf sur mobilier urbain) pour favoriser la lisibilité des enseignes en zone d'activité et préserver les secteurs d'habitation.



## 5.5. *Economies d'énergie*

---

En cohérence avec son engagement en faveur du développement durable, la Commune souhaite limiter la consommation d'énergie des dispositifs de publicité extérieure :

- en restreignant les possibilités de publicité lumineuse aux seuls journaux lumineux apposés sur le domaine public et en prescrivant des heures d'extinction ;
- en interdisant les dispositifs publicitaires munis d'un mécanisme d'animation ;
- en limitant les heures d'éclairage des enseignes au-delà de ce que prévoit la réglementation nationale.
- en limitant les possibilités d'enseignes lumineuses aux seuls dispositifs à plat sur façade non animés (sauf pharmacies et services d'urgence).



## Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, la commune de Miserey-Salines, en concertation avec les 18 autres communes du Grand Besançon investies dans la démarche, a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du règlement local de publicité introduit par le présent rapport de présentation.