

ENQUÊTE PUBLIQUE E22000054/25

Elaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal – RLPi –

**Communauté de Communes
Cœur du Jura
ARBOIS POLIGNY SALINS les BAINS
CCAPS**

14 novembre 2022 au 14 décembre 2022

RAPPORT



Commissaire Enquêteur : Régine LACOUR

1.-Généralités		
11	Cadre Général du Projet – Objet de l'enquête	3
12	Identification du porteur de projet	3
13	Cadre juridique	3
14	Nature et caractéristiques du projet	4
15	Constitution du dossier	7
2.-Organisation de l'enquête		
21	Désignation du Commissaire Enquêteur	17
22	Arrêté d'ouverture d'enquête	17
23	Rencontre avec le porteur de projet	17
24	Mesures de publicité	17
25	Mise à disposition du dossier	18
3.-Déroulement de l'enquête		
31	Déroulement des permanences	18
32	Réunions publiques	18
33	Bilan des observations	18
34	Nature des observations	18
35	Formalités de clôture	19
36	Procès-verbal de synthèse	19
4.- Synthèse des avis des personnes publiques associées		
41	Avis des personnes publiques associées	20
42	Avis des personnes publiques consultées	22
5.- Analyse des observations		
51	Nature de l'observation	23
52	Réponse de la CCAPS et du Commissaire Enquêteur	26

1.- GENERALITES

11.- Cadre général du projet et objet de l'enquête

La communauté de communes d'Arbois, Poligny, Salins-les-Bains (CCAPS/- Cœur du Jura-) décide de faire évoluer les règles de publicité des RLP de 1992 – Règlements locaux de publicité- afin de pouvoir appliquer une nouvelle réglementation au niveau des 66 communes de son territoire ; elle nourrit l'ambition de lutter contre les nuisances visuelles afin de préserver la beauté des paysages, de mettre en valeur le patrimoine culturel et architectural tout en favorisant le développement économique du territoire. Il s'agit de concilier la préservation du cadre de vie avec le respect de la liberté d'expression.

Le règlement local de publicité est un document opérationnel destiné à établir des règles utiles à la communauté, aux usagers et aux publicitaires. En tant qu'outil de planification il réglemente le dispositif publicitaire sur l'ensemble de la communauté de communes. Il est élaboré dans le respect des normes nationales et vise à s'adapter aux exigences locales.

L'enquête a pour objet d'informer le public et de recueillir les observations relatives à ce projet. Le règlement local de publicité intercommunal – RLPi – sera annexé au PLUi- Plan Local d'Urbanisme intercommunal-en cours.

12.- Identification du porteur de projet

L'autorité organisatrice est la CCAPS créée en 2017 qui porte également le nom « Cœur du Jura » en raison de sa position géographique centrale dans le département. Elle est présidée par Monsieur Dominique BONNET, Président de la Communauté de Communes, porteur du projet.

L'enquête publique concerne donc les 66 communes soit 22 769 habitants qui se partagent un territoire organisé autour de trois Bourgs : Arbois -3504 habitants-, Poligny -4365 habitants-, Salins-les-Bains – 2700 habitants-. La CCPAS est concernée par les dispositions des agglomérations de moins de 10 000 habitants.

13.- Cadre juridique

En réponse à la demande de Monsieur le Président de la Communauté de Communes Cœur du Jura, le Président du Tribunal administratif de Besançon a désigné un Commissaire Enquêteur- Régine Lacour- pour conduire l'enquête relative à l'élaboration du règlement local de publicité –RLPi- par décision du 20 septembre 2022.

L'enquête est référencée E22000054/25.

Par arrêté du 7 octobre 2022, Monsieur le Président de la Communauté de Communes Arbois- Poligny- Salins, a ordonné l'ouverture de l'enquête publique pour l'élaboration d'un règlement de publicité intercommunal.

Les textes qui régissent cette enquête relèvent :

- Du code de l'environnement

La procédure d'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal est régie par des prescriptions législatives et réglementaires issues du code de l'environnement. La loi N° 2010-788 dite loi ENE (Engagement National pour l'Environnement) du 12 juillet 2010 et ses décrets d'application ont induit une réforme importante de la réglementation relative aux dispositifs publicitaires ; le mobilier urbain, les enseignes, les préenseignes et autres doivent être mis en conformité.

La loi « Climat et résilience du 22 Aout 2021 a modifié certains articles du code de l'environnement ; elle impose désormais des obligations de temporalité d'éclairage. Elle étend donc le champ d'action des règlements locaux de publicité aux enseignes éclairées la nuit. L'autorité administrative possède désormais des compétences pour lutter contre la pollution lumineuse issue des dispositifs qui nuisent à l'obscurité naturelle de la nuit.

- **Du code de l'urbanisme**

Le droit de publicité a des liens avec d'autres législations telles que celle du code de l'urbanisme. L'élaboration du RLPi suit la même procédure que celle du plan local d'urbanisme. Le RLPi est une annexe au Plan Local d'Urbanisme intercommunal –PLUi- .

- **Du code de la route**

La Signalisation d'Information Locale –SIL- est une alternative à la publicité ; elle est destinée à guider et orienter les usagers vers les différents services d'une agglomération. Elle allie le devoir d'information à la sécurité routière et valorise l'attractivité des lieux traversés sans les dénaturer. La signalisation routière implantée sur le domaine public routier est régie par les articles R418-1 à R418-9 du code de la route.

14.- Nature et caractéristiques du projet

La nature et les caractéristiques du projet sont présentées sous l'angle des aspects publicitaires visibles sur le territoire. Les thématiques sont abordées de façon très succincte simplement pour situer le projet et présenter les déterminants fondateurs des objectifs du règlement local de publicité intercommunal en trois volets :

- **Paysages et patrimoine**
- **Les enjeux**
- **Les objectifs**

- **Paysages et patrimoine**

Le territoire « Cœur du Jura » est un espace aux paysages contrastés dans lequel le relief et les ressources du sol et du sous-sol ont conditionné le développement de l'activité économique. Ce secteur est marqué par des ambiances paysagères différentes qui englobent le premier plateau du Jura, le Revermont et la plaine.

Lorsque le relief s'estompe, la ruralité est dominante ; les activités forestières et agricoles dessinent des paysages que la main de l'homme entretient depuis des décennies. L'authenticité du territoire est omniprésente et s'étend sur des hectares. Il est possible de parcourir des distances importantes au travers de prairies et de cultures, absolument vierges de toute publicité. C'est le cas de la plupart des communes situées dans la couronne éloignées des trois bourgs centres. On peut citer tous les villages situés en limite de territoire : Aiglepierre, la Chapelle sur Furieuse, Ivrey, Saizenay, Geraise, Doumon, Lemuy du côté de Salins-les-Bains. Dans ce secteur, la ruralité donne une impression d'intimité qu'aucune publicité ne dérange si ce n'est parfois au détour d'un chemin une brasserie inattendue à cet endroit.

Quelques domaines viticoles sont également annoncés à Aiglepierre, les Arsures, Molamboz et Vadans tout comme à Darbonnay, Le Chatelay (liste non exhaustive). Partout la nature offre des paysages de pâtures, de petits bois et de forêts. La publicité n'a pas sa place.

Les marquages publicitaires commencent à s'intensifier à l'approche des Bourgs. C'est le cas des communes de Tourmont, près de Poligny, Buvilly près d'Arbois ou de Bracon près de Salins-les-Bains pour n'en citer que quelques-unes. Ce sont des franges urbaines à typologie spécifique propre à chaque bourg et implantées en périphérie des trois bourgs dans des interfaces villes/nature.

Les axes routiers constituent des lieux incontournables pour faire connaître et positionner les professionnels du commerce, de l'industrie et des services.

Les villes - Arbois / Poligny / Salins-les Bains -, quant à elles, se sont implantées le long des rivières à l'abri des falaises ce qui laisse peu de place à la création de zones commerciales. Pour autant, les plateaux ou alors la plaine naissante ont offert des espaces propices au développement du commerce, de l'artisanat et de l'industrie. Il convient donc de les distinguer en raison de leur spécificité.

A **Arbois**, le vignoble donne le ton. La vigne dicte ses conditions et s'impose sur les collines, en offrant à tous, de charmants paysages d'une beauté changeante à chaque saison. Le paysage du plateau est relativement préservé de toute annonce, ce qui paraît normal puisque le site Des Planches Près Arbois est protégé et classé Natura 2000. En descendant du plateau qui conduit à Arbois, le seul panneau publicitaire qui se situe à l'entrée d'Arbois « *Ici commence le vignoble* », côtoie celui d'un aubergiste sans vraiment dénaturer le paysage, hormis sa vétusté.

Le centre-ville se partage les commerces, les services, et les monuments historiques. Le nombre d'enseignes est naturellement plus important. Le patrimoine donne à voir des bâtiments qui témoignent de la vie des habitants. Arbois compte 10 protections au titre des monuments historiques : des châteaux tels que le château Pecauld – devenu musée de la vigne –, des Hôtels et de belles demeures mais également l'église Saint Just, sans oublier au bord de la Cuisance, la maison Pasteur qui donne à la ville des lettres de noblesse. Avec ce contexte historique la présence de publicité est rendue complexe.

A Arbois la gastronomie est à l'honneur avec des vins de renommée, des fromages de terroir, des chocolats fins et des restaurateurs attentionnés. Le besoin de dispositifs publicitaires pour faire connaître tous les acteurs de ce terroir est évident.

Ce sont les zones d'activités et les zones commerciales qui centralisent un maximum de matériel publicitaire.

- La Zac de l'Ethole accueille des entreprises de l'industrie, de l'artisanat et de services.
- Le parc d'activités des Arsures est une petite zone qui regroupe des activités diversifiées comme le transport de bois, le sciage, la mécanique...

Poligny, qui malgré la présence de domaines viticoles reconnus, a construit sa notoriété sur un fromage à forte renommée : le Comté. La ville a pris le titre de « capitale du comté ». Le terroir regroupe des grands groupes de production de comté mais également 9 fruitières implantées en ruralité.

Poligny bénéficie d'un environnement favorable pour le développement de l'industrie agroalimentaire, ce qui explique que d'autres secteurs participent à la dynamique du territoire, tels que la formation professionnelle. L'ENIL – Ecole Nationale, d'Industrie Laitière- par exemple est, comme son nom l'indique, de réputation nationale.

Sur le plan historique, la ville de Poligny dispose d'un patrimoine historique remarquable ; elle compte des hôtels particuliers, des anciennes maisons de notables polinois, des couvents, des églises, des caveaux, sans oublier la collégiale saint Hyppolyte ; l'ensemble en a fait une cité d'art et d'histoire. De ce fait, la ville ne manque pas de labels pour informer les touristes de sa richesse : petite cité de caractère, cité d'art, station verte, ville fleurie : tous ces labels s'expriment en entrées de ville et les dispositifs publicitaires qui présentent les atouts de la ville se côtoient en une sorte de millefeuille vertical. Cette ville aux multiples fontaines -29-, dispose de monuments classés ou inscrits comme par exemple les 15 protections attribuées au titre des monuments historiques.

Côté commerces, ils se sont installés dans le cœur ancien de la ville à proximité des lieux préservés. Les commerçants se font connaître par des systèmes publicitaires représentatifs de leur activité et signe leur identité.

Les zones d'activités, quant à elles, se sont implantées le long des axes routiers les plus importants :

- Le parc commercial de Grimond sud en direction de Lons le Saunier
- Le parc d'activité Velours en direction de Dole

La publicité y est abondante.

A Poligny, les enseignes publicitaires des deux entrées de villes, s'imposent comme un trait d'union entre le bourg et les localités voisines, telles que Tourmont et Aumont. Il faut ajouter qu'il en est de même à l'entrée de l'autoroute A39 au rond-point de Bersaillin.

Salins-les-Bains, surplombée par deux forts (Fort Saint André et Fort Belin) se singularise par ses multiples rues en escaliers qui relient le haut de la ville à son centre : l'escalier Saint Anatoile est un élément de jonction entre le centre-ville et l'église qui porte ce nom. Il donne l'impression de relier l'histoire de la ville à son centre commerçant.

Dans ce secteur, les jardins privés des anciennes demeures sont en terrasse. C'est dire l'impact du relief sur l'architecture globale de la ville ; il n'existe pas ou peu d'espace pour la publicité dans les ruelles historiques du bourg. Les commerces du centre s'étirent le long de la route qui longe la rivière dont le nom - La Furieuse - est évocateur.

Salins-les-Bains est la cité du sel. Ce don du sous-sol a permis à la ville un développement économique prospère. La Grande Saline, classée au patrimoine de l'UNESCO reste un témoin important de ce passé glorieux. Aujourd'hui, le thermalisme a pris le relais et devient un pôle d'activité économique attractif en offrant une multitude de services de bien être ou de santé aux clients du centre Therma Salina.

Dans cet espace au relief tourmenté, il a fallu trouver des zones pour attirer l'artisanat ou l'industrie. Deux zones d'activités sont en développement constant :

- La zone d'activités des Mélincols qui regroupe une quinzaine d'entreprises et dispose de parcelles viabilisées disponibles,
- La zone de Champtave, plus commerçante, située sur la route de Pont d'Hery à Bracon est en cours de travaux.

Toutes les formes de signalétique sont des repères précieux pour tous les usagers. Les surcharges publicitaires se vérifient aisément du fait de la concentration des panneaux, enseignes, préenseignes, bannières etc....en entrée de ville et dans les villages voisins.

Ces zones sont directement concernées par le règlement local de publicité intercommunal. Actuellement, l'assurance d'une vraie visibilité et d'un réel positionnement pour les acteurs locaux n'est plus garantie.

Dans cette partie du territoire, la communauté de communes a fait connaître ses valeurs, son histoire, son économie locale ce qui lui donne une attractivité touristique connue et reconnue comme l'atteste le niveau de fréquentation des sites qui s'accroît chaque année. Des enjeux stratégiques ont été définis pour donner à ce territoire un nouveau visage.

- **Les enjeux**

La publicité fait partie du quotidien de toute la population. Elle est omniprésente puisque sa force réside dans le fait de mettre en place un réseau de communication en utilisant des formes très variées de distribution. Les publicitaires connaissent l'impact d'une forte répétition des messages ; ils combinent

l’affichage grand format avec le mobilier urbain. Ils utilisent les axes routiers les plus fréquentés pour asseoir leur force attractive.

Les supports sont diversifiés tant au niveau des formats que de leur mode de fonctionnement puisqu’ils sont parfois lumineux, parfois animés, installés sur du mobilier approprié aux dimensions difficiles à appréhender pour des passagers non-initiés à la réglementation ; ils sont souvent apposés en doublon.

Les enjeux publicitaires sont nombreux puisqu’il s’agit de répondre aux besoins des différents acteurs du département, tout en respectant l’architecture urbaine, le patrimoine et les paysages. Dans ce contexte, les choix se dessinent tels que : le maintien des points de vue, la préservation des identités architecturales et la prise en compte des spécificités locales, qui structurent l’identité d’un lieu. Il faut noter que le pays du Revermont est labellisé Pays d’art et d’histoire depuis 2009. Ce label est attribué aux collectivités qui œuvrent pour la valorisation de leur patrimoine.

Arbois, Poligny et Salins-les-Bains font partie du réseau des « Petites cités comtoises de caractère ». A ce titre la préservation et la mise en valeur du patrimoine sont reconnues.

La complexité de mise en œuvre est évidente. Un diagnostic précis a été réalisé par un cabinet conseil ; de nombreuses non-conformités ont été constatées ce qui explique la nécessité de fixer des objectifs généraux.

○ **Les objectifs**

La Communauté de Communes « Cœur du Jura » a fixé les objectifs généraux du RLPi comme suit :

- Reconquérir les entrées de ville afin de donner une impression positive et une image dynamique de la commune,
- Instaurer des prescriptions applicables aux enseignes situées hors agglomération,
- Limiter le nombre et le format des dispositifs muraux afin d’être plus restrictif que le règlement national actuel qui limite le format à 4m² et fixe des règles de densité,
- Maitriser et harmoniser les enseignes pour une mise en valeur des sites,
- Déroger à l’interdiction des publicités aux abords des monuments historiques, dans les sites patrimoniaux remarquables et autres secteurs protégés,
- Interdire les publicités murales dans les espaces boisés classés et les zones naturelles à protéger figurant au PLUi (seuls les scellés au sol sont interdits dans ces espaces par la réglementation nationale),
- Privilégier la lisibilité des enseignes,
- Adopter des règles d’extinction nocturnes plus restrictives des publicités, enseignes et préenseignes lumineuses.

La communauté de commune « Cœur du Jura » a entrepris de réglementer l’ensemble des dispositifs publicitaire dans le cadre d’une démarche participative en offrant à tous la possibilité de s’exprimer comme l’atteste le dossier mis à disposition du public.

L’ensemble a été défini dans le respect des dispositions réglementaires.

15.- Constitution du dossier

Le dossier est constitué de la façon suivante :

- le Règlement Local de Publicité intercommunal en trois parties avec le rapport de présentation, la partie réglementaire, les annexes, -Cf § 151-
- la note de présentation – Cf § 152-
- les délibérations du Conseil Communautaire –Cf § 153-

- le bilan de la concertation – Cf § 154 -

151.- Le Règlement Local de Publicité Intercommunal RLPI

151.1- La rapport de présentation -22 pages -

Le projet reprend l'historique de la démarche et présente le diagnostic qui s'est achevé le 6 juillet 2021 ; il a été analysé par un comité de pilotage. Les travaux ont permis d'élaborer le règlement local de publicité.

Le rapport présente la population du territoire et sa vie économique ainsi que les nombreux sites patrimoniaux remarquables avec des monuments classés et/ou inscrits au titre des monuments historiques soumis à une réglementation très restrictive au regard de la publicité puisqu'elle est interdite dans ces secteurs.

Le diagnostic met en évidence certaines anomalies du dispositif publicitaire existant, tant sur le plan des secteurs concernés, que sur la nature des systèmes publicitaires mis en œuvre :

- Globalement, 530 dispositifs sont non conformes sur 609 recensés par le cabinet d'étude (à noter cependant que le diagnostic n'est pas exhaustif puisqu'il est évolutif)
- Pré enseignes, enseignes et publicité sont concernées
- Il existe une inégalité dans la répartition sur tout le territoire
- Certains dispositifs publicitaires conformes portent un préjudice sur le paysage et déprécient parfois l'image de l'établissement concerné.

Au-delà des objectifs présentés ci-dessus 5 orientations sont identifiées au terme du diagnostic :

- Renforcer le qualitatif et la lisibilité des enseignes avec une vigilance particulière accentuée dans les secteurs historiques
- Réintroduire la publicité normalement interdite dans le périmètre des monuments historiques
- Maitriser la présence de la publicité dans les autres secteurs
- Rationaliser, homogénéiser les préenseignes qui prendront la forme d'une signalisation locale adaptée aux besoins des entreprises
- Limiter les supports numériques et les périodes d'éclairage des enseignes et préenseignes lumineuses.

Quatre niveaux de zonages sont définis :

- ZR1 : Secteurs patrimoniaux en agglomération
- ZR 2 : Zone à vocation principale d'habitat et d'équipement hors ZR1 et ZR3
- ZR 3 : Zone à vocation principale d'activité
- ZR 4 : zone hors agglomération

Le règlement propose des exemples visuels interdits et / ou acceptés en matière de préenseignes, de publicités, d'enseignes ou autres, selon le milieu dans lequel les dispositifs sont installés.

Un tableau récapitulatif complète l'information de façon très technique en présentant les différents supports et les surfaces autorisées selon le lieu d'implantation.

Le document réglementaire résumé dans le § suivant constitue la pièce maitresse du dispositif.

151.2- La partie règlementaire -24 pages -

Ce document est rédigé en 4 chapitres :

- Chapitre 1 : dispositions générales toutes zones
- Chapitre 2 : prescriptions relatives à la zone de publicité règlementée n°1 (ZR1) – secteurs patrimoniaux
- Chapitre 3 : prescriptions relatives à la zone de publicité règlementée n°2 (ZR2) – habitat et équipement en agglomération
- Chapitre 4 : prescriptions relatives à la zone de publicité règlementée n°3 (ZR3) – zone d’activité en agglomération
- Chapitre 5 : prescriptions relatives à la zone de publicité règlementée n°4 (ZR4) hors agglomération

Le chapitre 1 fait référence aux toutes les zones géographiques identifiées et concernées ; il propose sous forme d’article spécifique une réglementation adaptée localement. Les dispositions relatives à la publicité et aux préenseignes règlementent l’esthétique, les publicités dans les sites protégés en agglomération, les publicités sur palissades de chantier, sur mobilier urbain ainsi que les publicités lumineuses.

En ce qui concerne les enseignes (Cf article 1.4) le règlement précise les conditions d’autorisation, les superficies d’enseignes, les systèmes interdits, les prescriptions relatives aux enseignes lumineuses ainsi que celles des enseignes et préenseignes temporaires. Il est question également de l’affichage d’opinion.

Le chapitre 2 règlemente les secteurs patrimoniaux –ZR1- au-delà des interdits, les règles édictées sont étudiées selon le cas, en concertation avec l’Architecte des Bâtiments de France –ABF-.

Des principes de sobriété, de dimensionnement publicitaire y compris pour la hauteur des lettres sont exposés avec des modèles à l’appui. Les précisions réglementaires attestent de l’attention particulière dévolue en matière d’architecture.

Le chapitre 3 édicte des règles opposables relatives à la zone de publicité règlementée N°2 -habitat et équipements en agglomération –ZR2- selon une logique identique de présentation appliquée à la publicité et aux préenseignes, puis aux enseignes. A titre d’exemples, le règlement autorise trois catégories d’enseignes à plat sur façade de bâtiment à vocation d’activité de moins de 4 mètres de haut ou à vocation principale d’habitation. Des exemples visuels renseignent sur le nombre d’enseignes, leur saillie, le type d’enseignes (exemple : type store banne) ; les enseignes à plat, les enseignes aux étages des bâtiments sont concernées.

Le chapitre 4 concerne la zone d’activité en agglomération –ZR3- .Dans cette zone, la publicité scellée au sol est interdite, sauf sur mobilier urbaine de 2m2. Les publicités et préenseignes apposés à plat sur un mur sont très limitées (exemple : un dispositif par mur, pignon ou unité foncière) ; les dimensions sont très encadrées y compris pour celles qui sont installées sur le mobilier urbain. Il en est de même pour les enseignes avec des cas particuliers pour les enseignes apposées sur l’emprise des terrasses commerciales. Le règlement précise les dimensions relatives aux enseignes apposées à plat et/ou perpendiculairement au mur ainsi que leur positionnement (exemple : sous la ligne d’égout du toit).

Le chapitre 5 règlemente la zone de publicité hors agglomération –ZR4- . En ce qui concerne la publicité « *toute forme de publicité est interdite, à l’exception des préenseignes dérogatoires et temporaires* ». Les prescriptions s’appliquent aux enseignes scellées au sol, aux enseignes apposées à plat et/ou parallèlement au mur ; le règlement fait référence à tout type de situation locale comme **par exemple**, les enseignes à hauteur d’homme, les enseignes de type store banne, les enseignes aux étages des bâtiments, les enseignes sur bâtiments à vocation principale d’activités de 4 mètres de haut ou plus, les enseignes apposées perpendiculairement à un mur.

151.3- Les annexes

- **L'annexe 1** présente le plan de zonage sur l'ensemble de la communauté de communes avec la répartition des 4 zones règlementaires. Cette cartographie est complétée par un zoom sur les 3 bourgs : Arbois, Poligny, Salins-les-Bains.

- **L'annexe 2** est un lexique qui complète le document règlementaire

- **L'annexe 3** est constituée de 72 pages ; il s'agit des arrêtés municipaux définissant les limites des agglomérations des différentes communes de la CCAPS – Cœur du Jura. Les 66 communes ont publié un arrêté conformément à la réglementation.

- **L'annexe 4** présente les limites d'agglomérations sous forme de cartographie.

- **L'annexe 5** présente la liste des secteurs protégés avec :

* les sites classés tels que la reculée des Planches Près Arbois, la chênaie d'Oussières, le Fort Saint André à Salins les bains,

* la liste des monuments historiques classés qui sont au nombre de trois à Arbois, neuf à Poligny, un à Saint Lothain, sept à Salins les bains,

* la liste des monuments historiques inscrits au nombre de sept à Arbois, un à Aumont, deux à Bersaillin, deux à Cernans, un à Chamole, deux à Grozon, un à Lemuy, un à Mathenay, deux à Montigny les Arsures, six à Poligny, un à Pupillin, deux à Saint Lothain, douze à Salins les bains, trois à Vaux sur Poligny,

* la liste des sites naturels protégés et la manière dont les communes sont concernées : la commune d'Oussières appartient à la Bresse Jurassienne depuis l'arrêté du 18/05/2015 ; la reculée des Planches Près Arbois est classée Natura 2000 ce qui englobe les communes d'Arbois, La Chatelaine, Mesnay et Les Planches Près Arbois ; les communes de Géraise et Dournon quant à elles, font partie du site de la Vallée de la Loue et du Lison.

- **L'annexe 6** illustre, sous forme de cartographie, l'emplacement des secteurs protégés.

152.- La note de présentation

Ce document résume en 7 pages l'ensemble du projet ; cette synthèse est illustrée de publicité par type de dispositif. Il s'agit du seul document adressé par le Tribunal administratif au Commissaire Enquêteur.

153.- Les délibérations du Conseil Communautaire

Séance du 22 décembre 2020 : l'ordre du jour de cette séance est fixé à « *l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal* ». La CCAPS est engagée dans l'élaboration d'un PLUi depuis décembre 2018. De ce fait, il est devenu impératif d'actualiser les PLU existants des communes d'Arbois, Poligny et Salins les bains puisque le RLPi doit être annexé au futur PLUi.

Au cours de cette séance, il a été décidé de :

- Prendre l'appui d'un prestataire de services doté de compétences techniques et juridiques pour formaliser le projet,
- Déterminer une planification du projet en trois phases (état des lieux/ élaboration du règlement/ approbation du projet),
- Mettre en place une méthode participative en coconstruction avec les communes membres, l'Etat, les personnes publiques associées,

- Etablir une large concertation avec le public à chaque étape du projet (faciliter les échanges au travers de réunions publiques par secteurs géographiques, de mise à disposition de cahier d'observations),
- Réaliser des mesures de publicité, en application des dispositions de l'article R123-25 du code de l'urbanisme telles que l'affichage des décisions au siège de l'EPCI et des communes, l'insertion de l'information dans le journal local d'une publication dans le recueil administratif de la CCAPS.

Le Conseil Communautaire, après délibération à l'unanimité des votants (72 votants / 94 inscrits) prescrit l'élaboration du RLPi ainsi que les responsabilités techniques et financières.

Séance du 14 juin 2022 : au cours de ce Conseil Communautaire, un bilan de la concertation a été présenté et le projet de règlement de Publicité intercommunal a été arrêté.

Monsieur le Président a rappelé que « *la concertation est une composante indispensable, et même obligatoire, de la procédure d'élaboration du RLPi. La collectivité a donc établi les principes de concertation avec les acteurs économiques locaux, les professionnels de l'affichage (afficheurs, fabricants d'enseignes), les associations de protection de l'environnement et tout public intéressé* ».

- Au terme de la concertation :

* aucune remarque n'a été faite sur le registre de concertation mis à disposition du public dans les 66 communes.

* trois réunions de travail ont été organisées le 28 juin 2021 à Arbois, Poligny Salins les Bains et n'ont pas recueilli l'intérêt escompté puisque la CCAPS a dénombré 14 participants dont 3 seulement n'étaient pas des élus.

* les ateliers destinés aux sociétés d'affichage, aux associations, aux entreprises en date du 27 septembre 2021 ont mobilisé 17 participants dont 3 élus, soit : des représentants des services, le représentant de la CCI, 4 représentants des afficheurs et/ou fabricants d'enseignes, une représentante de la société viticole du Jura, un représentant d'une entreprise locale, une représentante de l'association Paysage de France, un représentant de l'association du Patrimoine de Poligny, un particulier. Le questionnement des personnes intéressées portaient sur :

- le mise en œuvre de la Réglementation,
- le rôle des fabricants d'enseignes,
- la procédure d'autorisation préalable pour les enseignes.

La CCAPS a également organisé le 23 mai 2022, une réunion de travail à laquelle l'ensemble des personnes publiques associées – PPA- ont été conviées afin de valider le projet et procéder aux derniers arbitrages.

Le Conseil Communautaire de la CCAPS, après avoir délibéré, arrête à l'unanimité (78 votants/sur 95 personnes en exercices), le projet de règlement local de publicité intercommunal en notant que la présente délibération et le projet de règlement sont transmis aux communes limitrophes et aux établissements publics de coopération intercommunale qui en feront la demande, aux présidents d'associations qui en feront la demande et à l'ensemble des personnes publiques associées –PPA-.

154.-Le bilan de la concertation

Ce dossier est composé de cinq documents soit :

- le compte rendu des réunions publiques de concertation du 28 juin 2021

- le compte rendu des ateliers de concertation du 27 septembre 2021
- les observations des PPA
- les observations des personnes qualifiées

154.-1 - Le compte rendu des réunions publiques de concertation du 28 juin 2021

Le 28 juin 2021 trois réunions publiques territoriales ont été organisées ; celle de Salins les Bains a regroupé 7 participants dont 4 élus, celle de Tourmont 3 participants, celle d'Arbois a été annulée faute de participants.

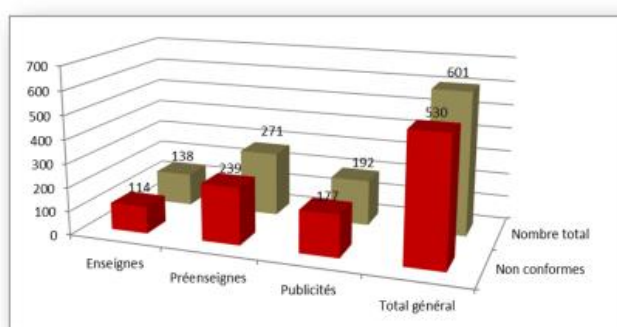
A Salins les bains les discussions ont porté sur le pouvoir de Police qui relève de la compétence du Maire et sur la publicité en site patrimonial qui peut être réalisée sur les abris voyageurs au nombre de 9. Du fait de la configuration de la ville les Relais Information Service –RIS- et les Signalisations d'Information Locale –SIL- seront des alternatives aux préenseignes et aux publicités. L'aspect qualitatif des enseignes sera privilégié. En ce qui concerne les délais de mise en conformité, il a été précisé qu'il est de 2 ans à compter de l'approbation du RLPi pour les publicités et préenseignes et de 6 ans pour les enseignes.

154.-2 - Le compte rendu des ateliers de concertation du 27 septembre 2021

Deux ateliers de concertation se sont tenus à l'espace Pasteur à Arbois en présence de Sarah Vionnet, chargée de suivi du RPLI à la CCAPS et Julien Guyot du bureau d'études ALKHOS, chef de projet. Le nombre de participants s'est limité à 18 dont 3 élus pour les 2 ateliers.

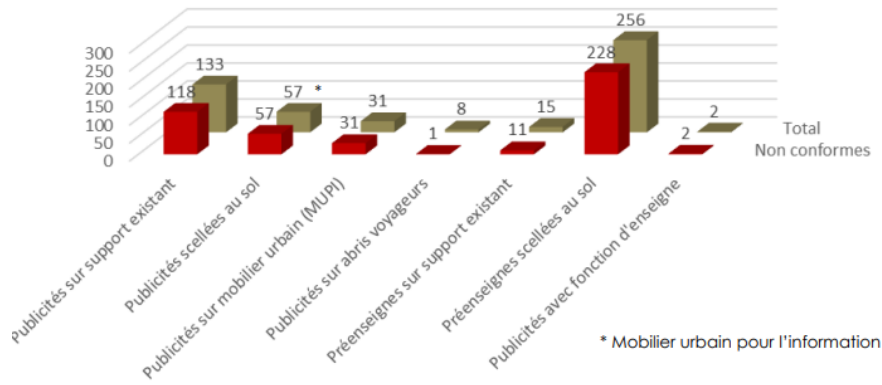
Le diagnostic présenté par la société AKHOS ne fait aucune objection. Le diaporama présenté expose le résultat du recueil d'information sur le secteur et l'analyse statistique qui en découle. Seuls quelques exemples sont présentés :

- *Le nombre de non-conformité*

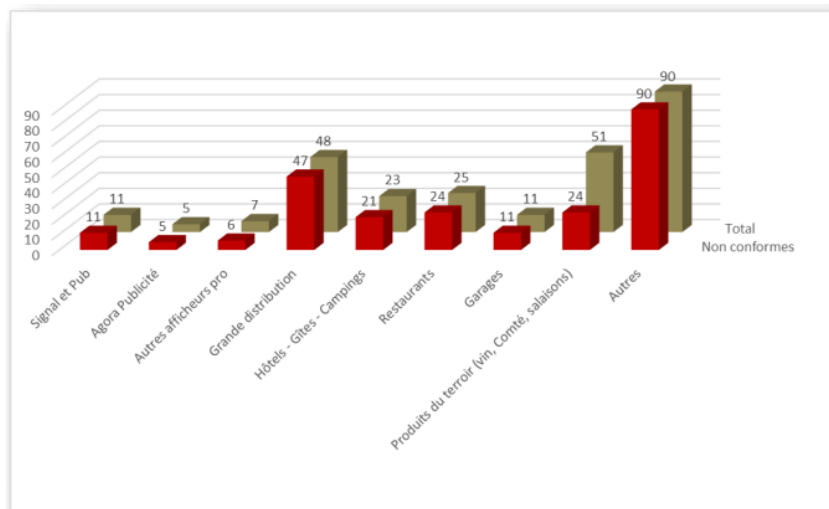


- *Le nombre de publicités et préenseignes par catégorie*

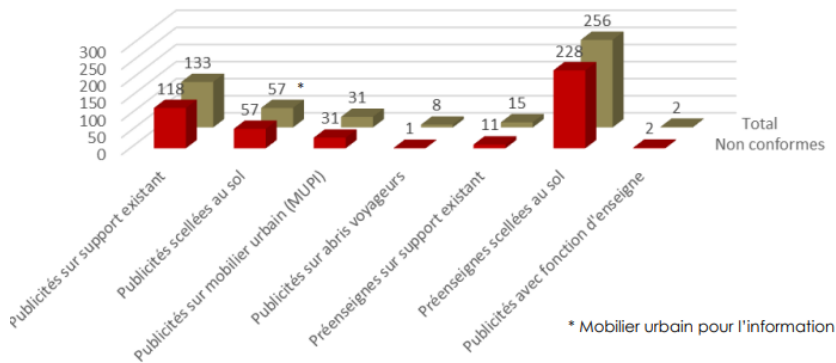
Publicités et préenseignes



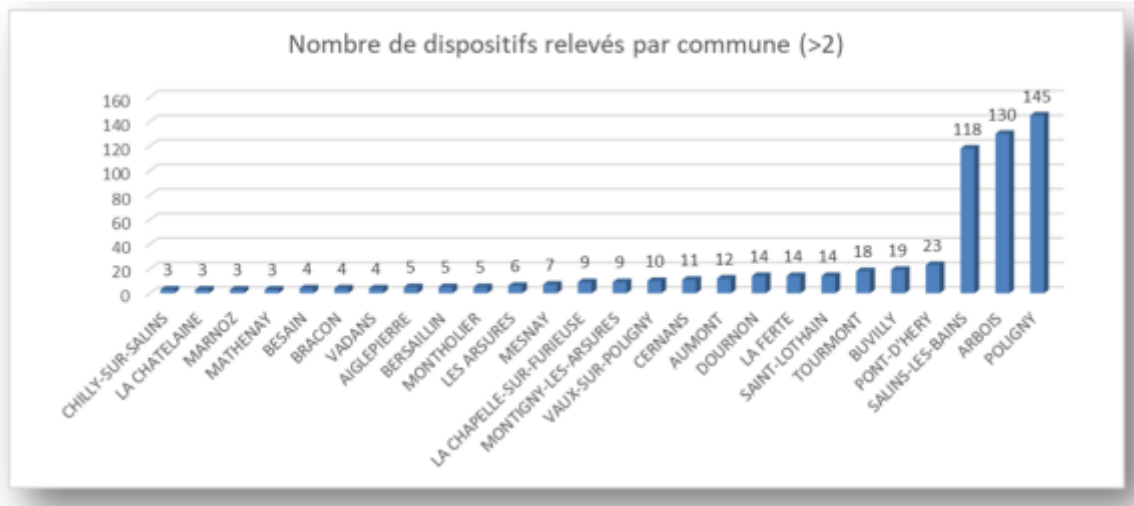
○ *Le nombre de publicités et préenseignes par afficheur*



Publicités et préenseignes

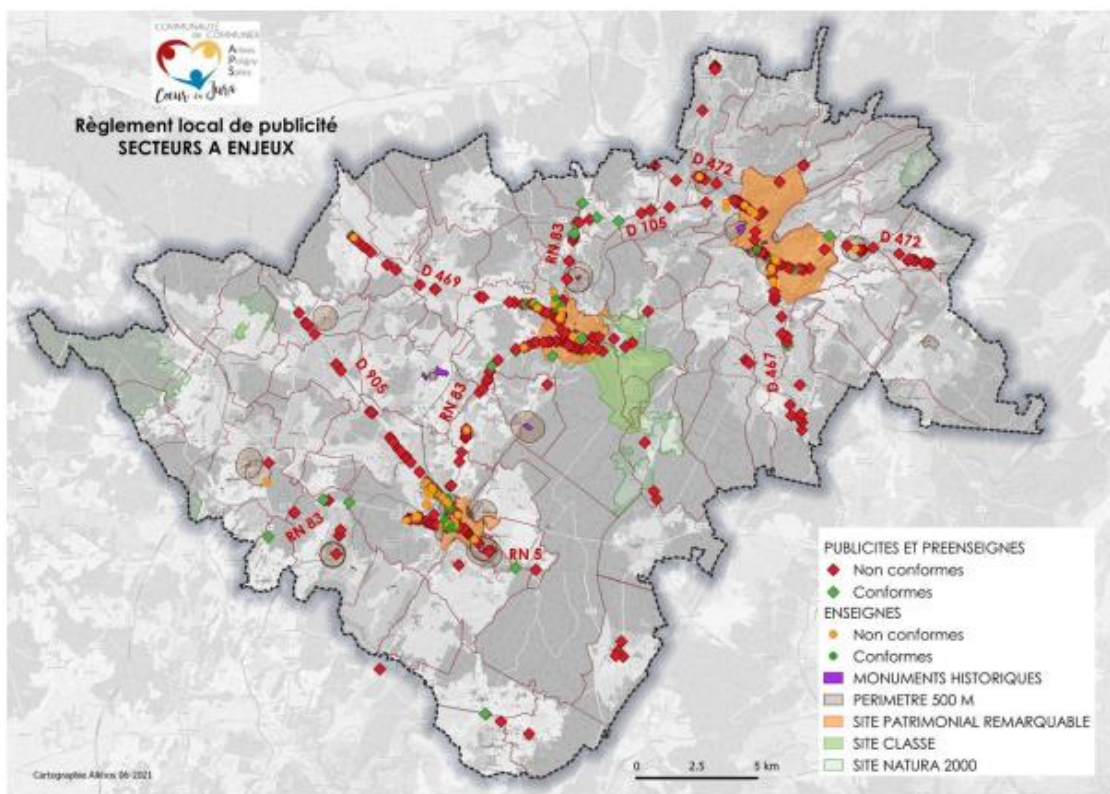


○ *La répartition des dispositifs par communes*



○ *Les cartographies détaillées des secteurs à enjeux*

Les cartographies sont nombreuses : **un seul exemple** de cartographie est repris dans ce rapport



Un résumé des discussions est présenté en deux points :

- Les publicités et le préenseignes
- Les enseignes

Les demandes d'explication du public portent sur :

- **la mise en œuvre de la réglementation au regard des dispositifs non conformes.**

Pour l'instant aucune démarche de mise en conformité n'a été engagée ; la commune préfère un système d'incitation au remplacement des dispositifs non réglementaires. Pour autant, le prestataire de service informe que pour « *les préenseignes non dérogatoires ou les publicités hors agglomération, le pouvoir de police revient pour l'instant dans la plupart des cas à la DDT.* »

- **La question de la signalétique directionnelle** est exposée par Monsieur le chef du pôle économie de la CCAPS ; depuis deux ans le contrat de commercialisation des lames de signalétiques avec la société Sicom est terminé. Une nouvelle contractualisation est recherchée par la CCAPS pour l'achat de mobilier réglementaire et fonctionnel. Le représentant de la société ALKHOS explique les principes de la signalisation SIL qui relève du code de la route : 6 mentions par support, dont 4 dans la même direction/implantation sur le domaine public ; le tout doit être inscrit dans un schéma directeur à l'échelle du territoire.
- **La répartition public/privé** : le représentant de la société AFCM estime que la RLPi favorise la publicité sur le domaine public. La CCAPS précise que la publicité qui relève du privé est admise sur le domaine public sur les abris voyageurs.
- **La limitation du nombre d'enseignes à plat** (2 par façade) semble pénalisante pour les entreprises à multi activité. L'objectif de La CCAPS reste de limiter la surcharge sans pénaliser puisque rien n'empêche d'indiquer plusieurs activités sur un même support. Il en est de même pour les entreprises qui veulent apposer leur logo dès l'instant où le dimensionnement imposé par le RLPi est respecté.
- Le rôle des fabricants d'enseignes doit évoluer vers le respect de la réglementation.
- La procédure d'autorisation préalable pour les enseignes nécessite une communication ciblée. Le représentant de l'association du Patrimoine de Poligny indique, je cite « *les enseignes en secteur protégé sont soumises à autorisation avec avis de l'architecte des bâtiments de France. Cela participe à la valorisation du patrimoine* ».

Au terme des échanges, il est précisé que le débat reste ouvert.

154.3 - Les observations des PPA – Personnes Publiques Associées

Les personnes publiques associées ont émis leur avis sur le projet. Le dossier comporte l'expression des personnes publiques suivantes :

La Préfecture du Jura – Direction départementale des territoires-

- **Un avis favorable** est émis, sous réserve de deux remarques.

L'UDAP –Unité Départementale des Architectes du Patrimoine- émet quelques remarques

La CCI du Jura – Chambre du Commerce et de l'Industrie-

La CCI émet un avis favorable assorti de deux recommandations : la première à propos des préenseignes, la seconde à propos de la mise en œuvre.

La Chambre d'Agriculture du Jura donne un avis favorable

Paysages de France a transmis un document dans lequel des préconisations sont exprimées.

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites –CDNPS-

- Le vote exprime 8 avis favorables et 1 avis défavorable.

Les communes limitrophes

Par courriel du 22 juillet 2022, la Mairie de Villeneuve d'Amont, informe la CCAPS que « *Madame le Maire n'a pas de remarque et donne un avis favorable* ».

Le 27 juillet 2022, Madame Sandra HAHLEN, Maire de Mouchard, indique par courrier que le dossier « *n'appelle aucune remarque* ».

Le 14 septembre 2022, la commune de BY indique par courriel qu'elle n'a pas émis de réserve.

La commune de Pagnoz répond le 7 juillet 2022 aux différents courriels en précisant qu'elle n'est pas concernée puisqu'elle n'appartient pas à la même Communauté de communes.

Par courriel du 15 juillet 2022, la Communauté de communes Altitude 800 à Levier donne un avis favorable au projet.

154.4 Les observations des personnes qualifiées

Par courriels du 29 avril 2022, la société Girodmédias exprime :

- sa satisfaction pour « *la réintroduction de la publicité dans les planimètres* » conformément au Grenelle de l'environnement.
- Son incompréhension en ce qui concerne la publicité sur le mobilier urbain. Pour cette société cela revient à exprimer une interdiction.

Une demande de concertation est exprimée par le Directeur commercial Grand Est de Girodmedias en la personne de Vincent Berthod.

154.5 Le Porter à connaissance - 12 pages-

Le document est émis par la Préfecture du Jura – Direction des Territoires - cf annexe / extrait SEULEMENT d'une seule page-

155.- Les informations informatiques

Le site informatique de la CCAPS reprend l'intégralité des documents papier décrit ci-dessus et mis à disposition du public avec les registres.

Voici le sommaire qui pouvait être consulté en ligne.

[Sommaire dossier EP RLP](#)

[Rapport de présentation RLPi CCAPS](#)

[Partie réglementaire RLPi](#)

ANNEXES

[A0 - Annexes PDG](#)

[A1 - Zonage A3 - Zoom Arbois](#)

[A1 - Zonage A3 - Zoom Salins](#)

[A1 - Zonage A3 - Zoom Poligny](#)

[A1 - Zonage ensemble A0](#)

[A1 - Zonage ensemble A3](#)

[A2 - Lexique](#)

[A4 - Cartographie des limites d'agglomération](#)

[A5 - Liste des secteurs protégés](#)

[A6 - Carte des secteurs protégés](#)

DELIBERATIONS

[Délibération initiale prescrivant le RLPi](#)

[Délibération CCAPS Débat Orientations](#)

[Délibération d'arrêt du projet de RLPi](#)

DOSSIER BILAN CONCERTATION

[Sommaire bilan concertation](#)

[Bilan concertation](#)

[Réunions publiques](#)

[Présentations et comptes-rendus ateliers de concertation](#)

[Observations personnes qualifiées](#)

[Observations PPA](#)

[Porter à Connaissance](#)

AVIS PPA ET REPONSES

[Avis PPA et réponses](#)

[Avis CDNPS](#)

[Arrêté prescrivant l'enquête publique](#)

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

[Certification de publication Le Progrès 2x](#)

[Certification de publication Voix du Jura 1ère insertion](#)

[Certification de publication Voix du Jura 2e insertion](#)

2.- Organisation de l'enquête

21.- Désignation du Commissaire Enquêteur

Par décision du 21 septembre 2022, j'ai été désignée par le Président du tribunal administratif de Besançon, en application de l'article L.123-5 du code de l'environnement, en qualité de Commissaire Enquêteur.

22.- Arrêté d'ouverture d'enquête

Par arrêté du 7 octobre 2022, Monsieur le Président de la communauté de communes Arbois- Poligny-Salins, Monsieur Dominique BONNET, a ordonné l'ouverture de l'enquête publique pour l'élaboration d'un règlement de publicité intercommunal.

L'enquête est planifiée du 14 novembre 2022 au 14 décembre 2022 inclus soit 31 jours consécutifs. Toutes les modalités d'expression du public ont été définies ; toutes les communes du territoire de la CCAPS ont été informées, à charge pour chaque commune de faire connaître cette enquête à leur public respectif.

23.- Rencontre avec le porteur de projet

La rencontre avec le porteur de projet a eu lieu le 4 octobre 2022, en présence de de Monsieur Jean François CETRE - Vice-Président de la CCAPS Cœur du Jura- chargé d'urbanisme et d'aménagement du territoire et de Madame Sarah VIONNET, chef de projet, Responsable d'urbanisme.

Au cours de cette rencontre, les caractéristiques du projet ont été présentées. L'arrêté d'enquête a été complété et validé et un dossier complet m'a été transmis.

Il a été convenu que, pour un projet de cette ampleur géographique qui concerne 66 communes, la visite des lieux pouvait être laissée au Commissaire Enquêteur ; en contrepartie, les acteurs de la CCAPS répondent aux différentes questions du Commissaire Enquêteur.

Les permanences ont été planifiées le même jour et les mesures de publicités arrêtées.

24.- Mesures de publicité

2.4.1 Annonces légales

Les mesures de publicité règlementaire ont été réalisées de la façon suivante :

- Une première annonce a été rendue publique dans les journaux « *Le Progrès les Dépêches* » et « *Voix du Jura* », le 27 octobre 2022.

- La deuxième annonce de l'enquête a été publiée le dans les mêmes journaux le 17 novembre 2022.

Le certificat de publication était consultable en ligne sur le site internet de la communauté de communes pendant toute la durée de l'enquête.

2.4.2 Affichage de l'avis d'enquête

Chaque commune était tenue d'afficher l'avis d'enquête sur les points d'information des communes.

L'arrêté a fait l'objet d'un suivi de publication. Un tableau listant les 66 communes révèle que sur les 66 communes, 9 n'ont pas répondu. Il faut noter que dans certaines communes il n'y a aucune publicité.

Les avis sont restés affichés pendant toute la durée de l'enquête.

2.4.3 Autres mesures supplémentaires

L'avis d'enquête publique était également visible sur le site informatique des trois bourgs de la CCAPS Arbois, Poligny, Salins-les-Bains.

25- Mise à disposition du dossier

Le dossier en version papier était mis à disposition du public à la Mairie des trois bourgs Arbois, Poligny, Salins-les-Bains pendant toute la durée de l'enquête. Il était consultable aux heures d'ouverture des différentes municipalités.

Le dossier en version informatique était accessible en permanence sur le site internet de la CCAPS.

Le public avait la possibilité de s'exprimer :

- par voie informatique à l'adresse suivante : ep-rlpi@cc-aps.fr
- par écrit à Madame le commissaire enquêteur, CCAPS service urbanisme, 4 rue du champ de foire 39800 Poligny.
- en apportant des observations sur les différents registres mis à disposition. du public aux heures d'ouverture des mairies soit à :
 - Poligny du Lundi au Vendredi de 8h30 à 12h et de 14h à 17h30
 - Arbois les Lundi – Mardi – Jeudi de 8h15 à 12h et de 13h30 à 17h, le Mercredi de 8h30 à 12h et de 13h30 à 17h et le Vendredi de 8h15 à 12h et de 13h30 à 16h.
 - Salins- les- Bains du Lundi au Vendredi de 9h à 12 h et 13h30 à 16h30

3.-Déroutement de l'enquête

3.1- Permanences

Les rencontres avec le public ont pu être assurées par le commissaire enquêteur à l'occasion des permanences à la mairie des trois bourgs-centres de la façon suivante :

- Poligny : le 14 novembre 2022 de 9 heures à 12 heures
- Salins les Bains : le 24 novembre 2022 de 9 heures à 12 heures
- Arbois : le 14 décembre 2022 de 13h30 à 16h30

La permanence de Poligny a été l'occasion d'échanges aisés avec la personne en charge du projet et donc une obtention d'informations complémentaires utiles au projet. Au cours de l'enquête j'ai pu également dialoguer avec des responsables plus ou moins impliqués (chargé de communication / représentants publicitaires / élus). Il en a été de même à Arbois.

3.2- Réunions publiques

Le public ne s'est pas déplacé aux permanences de Poligny et Salins-les-Bains ; deux personnes sont venues à Arbois. Il n'a pas été nécessaire d'organiser une réunion publique. Aucune demande n'a été formulée.

A noter que les réunions publiques organisées par la CCAPS au moment de la préparation du règlement n'avaient pas suscité d'engouement particulier. A Arbois, elle a été annulée faute de participants.

3.3- Bilan des observations

Nombre de personnes reçues en permanences :

- à Poligny : 0
- à Arbois : 2
- à Salins-les - Bains : 0

Nombre d'observations portées sur les registres :

- à Poligny : 0
- à Arbois : 1
- à Salins-les - Bains : 0

Nombre d'observations adressées par courrier : 0

- au Commissaire Enquêteur : 0
- à la Mairie : 0

Nombre d'observations adressées par voie électronique : 0

3.4 – Nature des observations, étude et réponses

Cette enquête a fait l'objet d'une seule observation étudiée dans le § 5.

3.5- Formalités de clôture d'enquête

A l'expiration du délai d'enquête et conformément à la réglementation, le registre déposé à Arbois a été signé par le Commissaire Enquêteur, le 14 décembre 2022 à 16 h30, fin de l'enquête publique.

Les registres des communes de Salins-les-Bains et de Poligny m'ont été transmis par voie postale par pli recommandé le 16 décembre 2022. Ils ne comportaient aucune observation.

Les trois registres ont été signés par le Commissaire Enquêteur et restitués à l'accueil de la Communauté de Communes, Mairie de Poligny, le 2 Janvier 2022.

3.6.- Procès-verbal de synthèse et mémoire en réponse

Le procès-verbal de synthèse a été adressé à Monsieur le Président de la Communauté de Communes Cœur du Jura par messagerie électronique le 15/12/2022.

Le mémoire en réponse signé par Monsieur Dominique Bonnet Président de la CCAPS le 22/12/2022 a été adressé au Commissaire Enquêteur par voie électronique en format sécurisé le 23/12/2022.

4.- Synthèse des avis des personnes publiques associées et consultées

4.1- Avis des Personnes Publiques Associées – PPA-

La Préfecture du Jura – Direction départementale des territoires-

L'avis des services de l'Etat est daté du 30 août 2022 : il s'agit d'un courrier signé par le secrétaire général, Justin BARBOTTE agissant par délégation pour le Préfet et d'une annexe détaillée qui reprend point par point le Règlement Local de Publicité intercommunal et l'analyse.

Ce courrier souligne que le RLPi prend bien en compte la préservation du patrimoine architectural de la communauté de communes et « vise à améliorer son image en réduisant la pression publicitaire ».

Il précise que les services de l'Etat ont été associés à la procédure d'élaboration du RLPi. Quelques rectifications et précisions doivent être apportées, je cite :

- « sur l'interdiction des enseignes drapeaux en zone ZR 3. Le tableau du rapport de présentation étant en incohérence avec la partie réglementaire,
- 66 arrêtés municipaux définissent les limites d'agglomération sur le territoire couvert par le RLPi. Parmi ces communes, 10 limites d'agglomération ont fait l'objet d'avis défavorables par le Bureau de Sécurité routière, car elles comportent des non-conformités à la réglementation ».

Un avis favorable est émis, sous réserve des remarques susvisées.

La Préfecture informe : « votre RLPi arrêté ne peut être modifié avant enquête publique (sauf à faire un nouvel arrêté) et que les modifications qui pourraient être faites après enquête publique doivent être conformes à l'intérêt général, ne pas porter atteinte à l'économie générale du RLPi arrêté et être issues des observations du commissaire enquêteur, du public ou des PPA »

L'UDAP – Unité Départementale des Architectes du Patrimoine-

Un courriel de l'UDAP du 16 mai 2022, en la personne de Laetitia CUTARD chargée de planification à la Direction régionale des affaires culturelles de Bourgogne Franche Comté, émet une remarque relative aux enseignes en drapeau à propos de la hauteur (0.80cm autorisé/0.90 demandé) ; l'attention est également exprimée sur le rayon de 500 mètres je cite « P8 il s'agit bien du rayon de 500m mais également des PDA autour des MH » (monuments historiques).

Un courriel du 17 mai 2022 précise que « notre service n'accepte pas les dispositifs de 0.90 m de hauteur maximum » pour les enseignes en drapeau. Ce courriel souligne également qu'au chapitre II il n'y a pas de disposition générale sur les enseignes et préenseignes dérogoires.

Par ailleurs, une précision est libellée en ces termes « nous venons d'être informés de la désinscription des sites inscrits d'Arbois et Poligny...en raison de leur état actuel de dégradation irréversible ou couvert par une autre mesure de protection (Décret n°2022-794 du 5 mai 2022) ».

La CCI du Jura – Chambre du Commerce et de l'industrie -

Le 17 mai 2022, Catherine Grasset, Assistante Conseil à la Direction du Développement Economique et de l'Emploi de la CCI du Jura informe que, je cite « nous n'avons aucune remarque particulière à formuler sur ce projet. ».

Le 25 juillet 2022, Maxime Barchetti, Conseiller Appui et Territoire à la Direction du Développement Economique et de l'Emploi - CCI du Jura- émet un avis favorable assorti de deux recommandations :

- La première à propos des préenseignes

- « La mise en place d'une signalisation d'Information Locale (SIL) cohérente et visible devra compenser le retrait des préenseignes dans les agglomérations afin d'orienter les consommateurs et touristes au sein des différents périmètres marchands,
- Les Relais d'informations Services (RIS) dans les zones d'activité et en centre-ville devront être développés ».

- La seconde à propos de la mise en œuvre

La CCI du Jura précise « qu'en vue de faciliter l'application du présent RLPi, la CCI du Jura recommande à la Communauté de Communes d'informer les chefs d'entreprise sur les nouvelles règles qui s'imposent en matière de publicité/enseignes et préenseignes. Elle vous invite également à évaluer les impacts de ces nouvelles prescriptions auprès des entreprises à court et moyen termes afin de modifier ou réviser le document le cas échéant. ».

La Chambre d'Agriculture du Jura donne un avis favorable par courrier du 6 septembre 2022 signé par Monsieur le Président, François LAVRUT. Ce courrier précise que les dispositions du Règlement Local de Publicité « protège l'espace agricole et l'environnement. Elles ne contraignent pas l'activité agricole présente sur le territoire » et ajoute « le RLP ne réglemente pas les préenseignes dérogatoires notamment pour les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produit sur le territoire par les entreprises locales. L'article L581-19 du Code de l'Environnement encadre spécifiquement ces préenseignes dites dérogatoires. Ces dispositions sont particulièrement importantes pour la signalétique encadrée des activités agricoles et de transformation située en zones rurales et difficilement localisables ».

Paysages de France a transmis un document intitulé « Un projet qui aurait pu être exemplaire... », daté du 20 août 2022, signé par Jean Marie DELALANDE – Vice-Président - de Paysage de France. Ce document est un bilan de la réflexion menée par l'Association Paysages de France » exprimé en 5 points titrés de la façon suivante, je cite :

- « Déconstruction des mesures de protection instaurées par le code de l'environnement
- La publicité sur mobilier urbain et interdite sur tout le territoire de la communauté de communes
- Des enseignes scellées au sol inutiles
- Des enseignes sur clôture : prévenir les abus
- Des dispositifs que la collectivité est enfin en droit de réglementer ».

Les préconisations suivantes sont exprimées – je cite :

- « Préciser la réglementation des publicités derrière les vitrines,
- Interdire la publicité sur mobilier urbain (mesure illégale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants),
- Réglementer les enseignes sur clôture,
- Limiter au maximum l'impact des enseignes scellées au sol.
- Interdire toute publicité mentionnée à l'article L581-8.
- Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique,
- Limiter les enseignes sur clôture à un dispositif de 1,5m² par côté bordant une voie publique,
- Proscrire les enseignes numériques,
- Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines,
- Interdire les enseignes numériques, autoriser uniquement celles éclairées par projection ou transparence, limitées à 1m²

- *Adapter en conséquence le rapport de présentation.* ».

La CCAPS a répondu par courrier du 4 octobre 2022 - Cf annexe3-

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites –CDNPS-

La CDNPS a adressé le compte rendu de la réunion du 2 septembre 2022 qui réunissait, sous la présidence de Monsieur le Sous-Préfet de Dole, Monsieur Joël BOURGEOT, des représentants de la DDT, de la DREAL, de Jura Nature Environnement, de l'AFCM Publumat, de l'association VMF vieilles maisons de France, de la communauté de communes de Bresse Haute Seille, de Paysages de France ainsi que les représentants de la communauté de communes Cœur du Jura soit, Messieurs Jean François CETRE et Florian PIERRE.

Monsieur le Sous-Préfet souligne le travail réalisé il rappelle le caractère sensible de ce type de dossier puisqu'il s'agit de « *ménager les velléités des communes et celles des afficheurs qui exploitent les panneaux* ».

Le compte rendu relate le débat axé sur les formats publicitaires et sur les aspects financiers ; l'afficheur présent -la CCAPS- qui possède 40 panneaux estime que la suppression des panneaux 4/3 va diminuer la visibilité des entreprises locales. Il précise également que la réglementation concerne le mobilier urbain et souligne une utilisation hors norme excessive qui peut ternir l'opinion du public.

Le représentant de l'association « Paysage de France » pense que les publicités favorisent le modèle économique des zones commerciales au détriment des entreprises des centres villes.

Monsieur le Sous-Préfet rappelle que « *malgré le non-respect des lois, bien souvent la priorité n'est pas de les supprimer* ».

Le vote exprime 8 avis favorables et 1 avis défavorable.

Les communes limitrophes

Par courriel du 22 juillet 2022, la Mairie de Villeneuve d'Amont, informe la CCAPS que « *Madame le Maire n'a pas de remarque et donne un avis favorable* ».

Le 27 juillet 2022, Madame Sandra HAHLEN, Maire de Mouchard, indique par courrier que le dossier « *n'appelle aucune remarque* ».

Le 14 septembre 2022, la commune de BY indique par courriel qu'elle n'a pas émis de réserve.

La commune de Pagnoz répond le 7 juillet 2022 aux différents courriels en précisant qu'elle n'est pas concernée puisqu'elle n'appartient pas à la même Communauté de communes.

Par courriel du 15 juillet 2022, la Communauté de communes Altitude 800 à Levier donne un avis favorable au projet.

4.2- Avis des personnes qualifiées

Par courriels du 29 avril 2022, la société Girodmédias exprime :

- sa satisfaction pour « *la réintroduction de la publicité dans les planimètres* » conformément au Grenelle de l'environnement.
- Son incompréhension en ce qui concerne la publicité sur le mobilier urbain a la lecture de la phrase suivante : « *le caractère accessoire de la publicité sur le mobilier urbain doit être strictement respecté en tenant compte notamment du sens de circulation et de la visibilité de l'information municipale* ». Pour cette société cela revient à exprimer une interdiction.

Une demande de concertation est exprimée par le Directeur commercial Grand Est et France en la personne de Vincent Berthod.

5.- Nature de l'observation portée sur une registre

Observation N°1 portée sur le registre d'Arbois déposé par Aurélien BRAY Représentant de la société AFCM AFFICHAGE. Voici l'intégralité de l'observation :

OBJET : Observation dans le cadre de l'enquête publique du RLPI Cœur de Jura

Bonjour Madame, Monsieur, le commissaire enquêteur.

Je me présente, Aurélien BRAY et je représente la société AFCM, spécialisée dans l'affichage publicitaire petit et grand format. Une société locale, historiquement basée à Besançon et ne travaillant que sur la Bourgogne Franche Comté.

Il est possible/probable qu'un dossier vous soit déjà parvenu dans le cadre de cette enquête publique au nom du SNPE (syndicat national de la publicité extérieure) mais nous tenions à ajouter nos propres remarques/recommandations. J'étais également présente en CDNPS à Lons pour défendre nos intérêts lorsque c'était nécessaire.

Car, si le projet de RLPI passe en l'état actuel, directement subir une baisse catastrophique de notre activité sur le territoire Cœur de Jura... Mais nous ne serons pas les seuls impactés, car d'autres exploitants sont également présents, et ce sont surtout les usagers (commerçants, artisans locaux...) qui le subiront de plein fouet !

Permettez-moi tout d'abord de vous rappeler que notre société, leader sur le marché local de l'affichage extérieur, fait plus de 90% de son chiffre d'affaires avec des partenaires locaux. Bien loin des standards et des méthodes de sociétés multinationales (qui travaillent essentiellement avec des agences de communication ou des groupes de grande importance).

En effet, lorsque vous voyez affiché sur nos panneaux Cœur de Jura, une publicité pour Intermarché ou Super U, c'est le centre commercial d'Arbois, de Poligny, de Salins les Bains qui ont directement réservé ceux-ci. Il en va de même, sur tous nos secteurs, pour :

- les autres enseignes alimentaires
- les opticiens,
- les cuisinistes,
- les magasins d'électroménagers,
- les bazars et magasins de déco
- les restaurants
- les magasins de sports ou de bricolage
- les piscinistes...

Tous ces clients sont traités en direct chez AFCM par nos commerciaux et nous connaissons chaque gérant de structure avec lequel nous travaillons.

Je souhaite simplement attirer votre attention sur le niveau d'implication dans le tissu économique local dont notre entreprise fait preuve.

Si la communauté de communes ne prend pas en compte nos recommandations sur ce projet de RLPI, c'est entre 70 à 90% de notre parc d'affichage qui sera soit transformé, soit à démonter. Une perte sèche sur le chiffre d'affaires qui mettrait en péril plusieurs emplois dans notre structure.

Maintenant, si tous nos clients locaux nous font aujourd'hui confiance, c'est à la fois pour cette proximité que seul un acteur local peut proposer, pour la qualité de nos produits (directement en lien avec cette présence et connaissance terrain) mais surtout car ils en ont besoin ! Réduire aussi drastiquement l'espace publicitaire aura un impact conséquent sur la fréquentation de ces enseignes. En cause : le manque de visibilité. Aujourd'hui, nous ne sommes pas des vendeurs de panneaux publicitaires, mais plutôt des conseillers en communication, en visibilité ! Et c'est bien de cela dont nos clients ont besoin, d'être vu.

Si les habitants du secteur savent pertinemment où se situent ces commerces, ce n'est pas le cas des gens de passage, des touristes...

Alors réduire la publicité pour préserver le cadre de vie est sûrement une bonne chose, mais qui ne doit pas être faite au détriment de l'activité économique.

En vertu des nouvelles directives sur la publicité, il sera bientôt interdit de faire de la distribution en boîte aux lettres sans la mention « OUI PUB ». Comment ces commerçants feront-ils, en local, pour promouvoir leur activité ? Leurs offres commerciales ? Diriger le client vers le point de vente lorsqu'ils sont peu visibles ? Donc oui, au-delà de l'impact conséquent pour notre entreprise, ce sont aussi nos clients, qui sont également vos commerçants, qui vont souffrir de ces règles drastiques.

Mais ce n'est pas tout. Il reste un point sur lequel la réflexion ne se porte pas forcément : ce sont les propriétaires privés qui touchent aujourd'hui un loyer pour l'exploitation des panneaux sur leur propriété. Ce sont des administrés, des concitoyens, des électeurs qui vont se retrouver avec une baisse plus ou moins importante mais très directe de leur pouvoir d'achat. Nombreux sont ceux qui nous avouent utiliser ces revenus locatifs pour payer leur taxe foncière par exemple.

Dernier point, l'impact pour les communes, au travers du versement de la TLPE. Chaque mètre carré d'affichage est aujourd'hui taxé à ce titre et cela va représenter une perte plus ou moins grande selon la taille de la commune concernée. Perte qu'il faudra bien compenser dans le budget des municipalités.

Ces mêmes personnes qui sont aussi des consommateurs du tissu économique local, qui dépense dans les commerces de proximité et qui le font en étant informé de l'existence des magasins et de leurs promotions par la publicité !

Au-delà de la simple portée de la réduction de l'espace publicitaire, il y a donc de nombreux acteurs qui vont souffrir fortement si le projet n'est pas modifié dans les termes suivants :

- Garder la règle nationale pour un secteur de – de 10 000 hab, à savoir un format maximum de 4m². Passer à un format de 1,5m² tout inclus enterre la possibilité d'affichage temporaire, ne laissant la place qu'à de la communication permanente, et rendant l'information peu lisible compte tenu de la taille réduite des visuels.
- Prendre en compte dès maintenant le projet de loi sur le format maximum de 4,7m² tout inclus pour les zones concernées par ce type de panneaux
- Permettre la pose de 2 dispositifs muraux par support éligible, conformément à la loi nationale. Cela pour éviter simplement une ruée vers les pignons conformes qui risquent de se voir chacun équiper d'un panneau pour compenser la perte de ceux qui était installé côte à côte.
- Et par-dessus tout, éviter de créer une situation de monopole du mobilier urbain, qui lui sera autorisé dans toutes les zones, sans notion de densité, de linéaire. Les effets pervers d'un monopole vont être multiples : une offre moins conséquente, flambée des prix ne permettant plus aux commerçants de communiquer en local, un format pas toujours adapté aux messages à passer, un budget communication reporté sur les réseaux sociaux (les GAFAM s'en froteront les mains) et finalement une baisse de fréquentation des enseignes qui ont plus que jamais besoin de clients après plusieurs années compliquées (contexte sanitaire, économique et maintenant géopolitique...).

Dans ce cadre, nous nous tenons à la disposition de l'autorité compétente pour venir à leur rencontre afin trouver un terrain d'entente acceptable, sur ces différents points, pour tous avant la validation définitive du projet et les effets désastreux que cela aurait.

Vous remerciant par avance du temps et de l'attention que vous saurez consacrer à étudier nos recommandations.

Bien cordialement

Aurélien BRAY,

Société AFCM AFFICHAGE

Selon le Commissaire Enquêteur, cette information exprime l'ancrage de la société AFCM sur le territoire et l'impact d'un partenariat avec les acteurs économiques locaux. Le volet financier deviendra une préoccupation pour l'entreprise et pour les propriétaires privés qui seront directement concernés par les restrictions réglementaires. Selon l'entreprise AFCM, le format des panneaux publicitaires, fixé par la règle nationale convient mieux que le modèle imposé par le règlement local. Selon le Commissaire Enquêteur, la réduction des formats publicitaires laissera des traces peu qualitatives et inesthétiques sur les façades des habitations.

La réponse de la CCAPS est la suivante :

Réponse de la CCAPS :

La réduction du format des publicités était annoncée dès la délibération initiale prescrivant le RLPi.

Le choix du 1.5 m², seuil format standard (utilisé pour les pré-enseignes) en dessous du 4 m² a été acté par les élus à l'issue de la concertation, avec les afficheurs notamment.

Cette demande ne sera donc pas prise en compte.

De même le choix de dédensifier la publicité sur façade en la limitant à un seul dispositif ne sera pas modifiée.

Ces deux règles cumulées permettent de maintenir une forme de communication pour les entreprises locales, sous forme de pré-enseignes (et non de campagnes nationales), tout en limitant leur impact paysager.

Toutefois, le tableau de synthèse du rapport de présentation fait apparaître, en contradiction avec la partie réglementaire, une interdiction de la publicité sur façade en ZR3. Cela sera corrigé et remplacé par une limitation à 1 dispositif de 1,5 m² par façade.

En ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire, il n'est admis que dans les trois pôles principaux et sont limités à 6 dispositifs par commune. Il y a donc des règles de densité et on ne peut parler de monopole du mobilier urbain publicitaire sur les autres formes de publicité.

Le Commissaire Enquêteur souligne l'impact évident des mesures de diminution de format sur l'espace publicitaire du territoire ; la diminution du parc publicitaire est protecteur pour l'aspect paysager. L'impact économique est important, tant sur le plan du besoin d'expression des entreprises, que sur les répercussions financières en baisse. Cet impact doit être observé au cas par cas puisqu'une seule entreprise s'est exprimée.

*

Quatre questions ont été posées par la Commissaire Enquêteur dans le procès-verbal de synthèse. Elles font suite aux constats émis par les personnes qualifiées et les personnes publiques associées. L'annexe 2 présente l'intégralité des réponses de la CCAPS.

Le commissaire enquêteur prend acte de la réponse du maître d'ouvrage au procès-verbal de synthèse. Le mémoire en réponse est précis et reprend point par point l'intégralité des questions. Ces réponses sont abordées en conclusion de ce rapport.

Date / signature

Dole, le 5 Janvier 2023

Régine LACOUR

Commissaire Enquêteur

Régine LACOUR

**ANNEXE 1 Extrait du « Porter à connaissance » -Préfecture du Jura-
Direction Départementale des Territoires**

Préambule

La Communauté de communes Arbois Poligny Salins Coeur du Jura, établissement public de coopération intercommunale (EPCI), compétente en matière d'élaboration de documents de planification, a prescrit l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) par délibération en date du 22 décembre 2020. Ce territoire possède actuellement trois Règlements Locaux de Publicité (RLP) dit de 1^{ère} génération : Arbois, Poligny et Salins-les-Bains. Ceux-ci seront caducs au 14 juillet 2022.

Règlement local de publicité

Les articles 36 à 50 de la loi dite « Grenelle 2 » n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement ont modifié en profondeur le régime concernant la publicité, les enseignes et pré-enseignes définies au Code de l'environnement. Désormais, en agglomération, les règlements locaux (article L 581-14 du Code de l'environnement) ne pourront qu'être plus restrictifs que le règlement national et leur élaboration est sensiblement identique à celle des plans locaux d'urbanisme.

Document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire intercommunal, un règlement local de publicité intercommunal (RLPi) permet d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Les établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) peuvent instaurer, dans des zones définies, des règles plus restrictives que la réglementation nationale, dans le cadre d'un règlement local de publicité intercommunal(RLPi). Actuellement, en présence d'un RLP(i), c'est au maire uniquement que reviennent les compétences d'instruction de dossier et de police.

A compter du 1^{er} janvier 2024 (article 17 de la loi du 22 août 2021 climat et résilience), sous réserve d'adoption en loi de finances de dispositions compensant les charges résultant, pour les collectivités concernées, des compétences transférées, ces compétences pourront être transférées au président de l'établissement public de coopération intercommunale dans les conditions et selon les modalités prévues à l'article L. 5211-9-2 du code général des collectivités territoriales. Les maires disposeront toutefois de la possibilité de s'opposer à ce transfert et le président de l'EPCI pourra renoncer à ce que les pouvoirs de police spéciale des maires des communes membres lui soient transférés de plein droit, dans des conditions exposées au III de l'article L.5211-9-2 du CGCT et au III de l'article 17 de la loi du 22 août 2021.

Toutes les enseignes sont soumises à autorisation lorsqu'il existe un RLP (i).

Le RLPi est annexé au plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi) s'il existe.

.../...

2.2) Les sites sensibles de l'article L.581-8 du Code de l'environnement

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L.581-8-I du Code de l'environnement qui stipule qu'à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article [L. 621-30](#) du Code du patrimoine ;

2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article [L. 631-1](#) du même code ;

3° Dans les parcs naturels régionaux ;

4° Dans les sites inscrits ;

5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article [L. 581-4](#) ;

6° (abrogé)

7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;

8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article [L. 414-1](#).



ARBOIS • POLIGNY • SALINS
Cœur du Jura

**ENQUETE PUBLIQUE
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE intercommunal**

**MEMOIRE EN REPONSE AU PROCES-VERBAL
DE SYNTHESE DU COMMISSAIRE-
ENQUETEUR**



ARBOIS • POLIGNY • SALINS
Coeur du Jura

REPONSES AUX OBSERVATIONS DES AFFICHEURS

La Société AFCM demande :

- De maintenir le format publicitaire sur façade autorisé par la réglementation nationale dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants soit 4 m² au lieu de 1.5 m² et même d'anticiper un projet de loi prévoyant le passage de la surface, encadrement compris à 4,7 m².
- D'autoriser deux publicités par façade comme le prévoit la réglementation nationale et ne pas limiter à un seul dispositif ;
- Ne pas favoriser un monopole du mobilier urbain publicitaire qui est prévu sans règles de densité.

Réponse de la CCAPS :

La réduction du format des publicités était annoncée dès la délibération initiale prescrivant le RLPi.

Le choix du 1.5 m², seuil format standard (utilisé pour les pré-enseignes) en dessous du 4 m² a été acté par les élus à l'issue de la concertation, avec les afficheurs notamment.

Cette demande ne sera donc pas prise en compte.

De même le choix de dédensifier la publicité sur façade en la limitant à un seul dispositif ne sera pas modifiée.

Ces deux règles cumulées permettent de maintenir une forme de communication pour les entreprises locales, sous forme de pré-enseignes (et non de campagnes nationales), tout en limitant leur impact paysager.

Toutefois, le tableau de synthèse du rapport de présentation fait apparaître, en contradiction avec la partie réglementaire, une interdiction de la publicité sur façade en ZR3. Cela sera corrigé et remplacé par une limitation à 1 dispositif de 1,5 m² par façade.

En ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire, il n'est admis que dans les trois pôles principaux et sont limités à 6 dispositifs par commune. Il y a donc des règles de densité et on ne peut parler de monopole du mobilier urbain publicitaire sur les autres formes de publicité.



ARBOIS • POLIGNY • SALINS
Cœur du Jura

REPONSES AUX OBSERVATIONS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Question n°1

Quelles sont les modifications que l'autorité organisatrice souhaite apporter suite aux remarques des services de la préfecture ? Qu'en est-il actuellement des limites d'agglomération non conformes ?

Pour information :

L'avis des services de l'Etat est daté du 30 août 2022 : il s'agit d'un courrier signé par le secrétaire général, Justin BARBOTTE agissant par délégation pour le Préfet et d'une annexe détaillée qui reprend point par point le Règlement Local de Publicité intercommunal et l'analyse.

Ce courrier souligne que le RLPi prend bien en compte la préservation du patrimoine architectural de la communauté de communes et « vise à améliorer son image en réduisant la pression publicitaire ».

Il précise que les services de l'Etat ont été associés à la procédure d'élaboration du RLPi. Cependant, quelques rectifications et précisions doivent être apportées, je cite :

« sur l'interdiction des enseignes drapeaux en zone ZR 3. Le tableau du rapport de présentation étant en incohérence avec la partie réglementaire.

66 arrêtés municipaux définissent les limites d'agglomération sur le territoire couvert par le RLPi. Parmi ces communes, 10 limites d'agglomération ont fait l'objet d'avis défavorables par le Bureau de Sécurité routière, car elles comportent des non-conformités à la réglementation ».

Réponse de la CCAPS :

Pour répondre à l'interrogation concernant une incohérence relevée entre le tableau récapitulatif du rapport de présentation et la partie réglementaire sur les enseignes en drapeau en ZR3 :

Le projet de RLPi distingue les enseignes sur bâtiments d'habitation avec un commerce au rez-de chaussée et bâtiments d'activité.

Les enseignes perpendiculaires à la façade sont interdites sur les bâtiments d'activité dans toutes les zones car ces derniers peuvent avoir une enseigne scellée au sol et l'enseigne en drapeau ferait alors double emploi. Les bâtiments d'activité de moins de 4 m de haut font exception car on peut les trouver imbriqués dans le tissu urbain à vocation d'habitation et ils peuvent nécessiter une enseigne en drapeau)

Dans la ZR3, qui correspond à des secteurs exclusivement dédiés à l'activité les enseignes en drapeau sont en effet totalement interdites. Elles seraient en doublons avec les enseignes scellées au sol. Dans la pratique, dans ce type de zone, on n'en trouve de toute façon quasiment pas voire pas du tout. Le territoire de la CCAPS ne fait pas exception.

Le tableau de synthèse englobant ZR2, ZR3 et ZR4 indique que les enseignes en drapeau sont possibles sur bâtiment d'habitation mais pas sur bâtiment d'activité. Il n'y a donc pas d'incohérence avec la partie réglementaire si on met de côté les cas particuliers. (Mais il s'agit d'un tableau de synthèse qui ne peut retranscrire toutes les nuances de la partie réglementaire).

Pôle administratif Cœur du Jura - 4 rue du Champ de Foire - 39800 POLIGNY - Tél : 03 84 73 71 71 - contact@cc-aps.fr



ARBOIS • POLIGNY • SALINS
Cœur du Jura

Concernant les 10 arrêtés de limites d'agglomération ayant fait l'objet d'un avis défavorable du bureau de la sécurité routière, ils seront modifiés en concertation avec ce dernier et les nouveaux arrêtés modifiés seront annexés au RLPI à la place des anciens.

Le paragraphe 2.5 du rapport de présentation concernant les sites protégés sera corrigé pour tenir compte des remarques de l'UDAP (suppression des sites inscrits d'Arbois et Poligny) et le site patrimonial UNESCO sera mentionné dans ce paragraphe.

La référence au SCOT paragraphe 5.1 sera supprimée.

Question n°2

Du fait de l'évolution permanente du contexte, le règlement –RLPi- tel qu'il est soumis à validation prend-il en compte ces précisions ? Au regard des remarques suivantes, l'autorité organisatrice a-t-elle d'autres modifications à apporter ?

Rappel de la situation : un courriel de l'UDAP du 16 mai 2022, en la personne de Laetitia CUTARD chargée de planification à la Direction régionale des affaires culturelles de Bourgogne Franche Comté, émet une remarque relative aux enseignes en drapeau à propos de la hauteur (0.80cm autorisé/0.90 demandé) ; l'attention est également exprimée sur le rayon de 500 mètres je cite « P8 il s'agit bien du rayon de 500m mais également des PDA autour des MH ».

Un courriel du 17 mai 2022 précise que « notre service n'accepte pas les dispositifs de 0.90 m de hauteur maximum » pour les enseignes en drapeau. Ce courriel souligne également qu'au chapitre II il n'y a pas de disposition générale sur les enseignes et préenseignes dérogatoires.

Réponse de la CCAPS :

Les enseignes apposées perpendiculairement à la façade seront limitées à 0,7 m de haut, comme le demande l'UDAP.

La page 8 du RLPI fait référence au périmètre de protection autour des monuments historiques. Cela comprend les périmètres de 500 m ou les périmètres adaptés.

Les enseignes temporaires sont traités dans le chapitre 1, qui s'applique à toutes les autres zones, y compris le chapitre 2.

Les pré-enseignes dérogatoires ne sont pas réglementées par le RLPI.

C'est la réglementation nationale qui continue de s'appliquer.

Question n°3

Quelle est la position de la CCAPS au vu des recommandations de la CCI du Jura – Chambre du Commerce et de l'industrie ?

Pour rappel :

Le 25 juillet 2022, Maxime Barchetti, Conseiller Appui et Territoire à la Direction du Développement Economique et de l'Emploi - CCI du Jura- émet un avis favorable assorti de deux recommandations :



ARBOIS • POLIGNY • SALINS
Coeur du Jura

- La première à propos des pré-enseignes

« La mise en place d'une signalisation d'Information Locale (SIL) cohérente et visible devra compenser le retrait des pré-enseignes dans les agglomérations afin d'orienter les consommateurs et touristes au sein des différents périmètres marchands, Les Relais d'informations Services (RIS) dans les zones d'activité et en centre-ville devront être développés ».

- La seconde à propos de la mise en œuvre

La CCI du Jura précise « qu'en vue de faciliter l'application du présent RLPi, la CCI du Jura recommande à la Communauté de Communes d'informer les chefs d'entreprise sur les nouvelles règles qui s'imposent en matière de publicité/enseignes et pré-enseignes. Elle vous invite également à évaluer les impacts de ces nouvelles prescriptions auprès des entreprises à court et moyen termes afin de modifier ou réviser le document le cas échéant. ».

Réponse de la CCAPS :

Concernant la solution alternative aux pré-enseignes que sont la SIL et les RIS, la CCAPS envisage de mettre en place un schéma directeur de signalisation. Il s'agit d'une réflexion globale à l'échelle du territoire recensant les besoins et définissant les principes de signalisation, une charte mobilière et graphique et le nombre et l'emplacement des dispositifs à implanter. La signalétique existante implantée « à la demande » ne donne pas satisfaction.

Une phase d'information auprès des entreprises locales suite à l'approbation du RLPi sera réalisée. A minima sous la forme d'un courrier informant des règles applicables (document de synthèse pédagogique) et de la nécessité de faire une demande d'autorisation préalable à toute installation ou remplacement d'enseigne.

Question n°4

Par courriels du 29 avril 2022, la société Girodmédias exprime « son incompréhension en ce qui concerne la publicité sur le mobilier urbain. Pour cette société cela revient à exprimer une interdiction».

La communauté de Commune envisage t'elle des mesures de compensation au regard des interdictions ? Des réductions qui impactent plusieurs acteurs économiques ?

Réponse de la CCAPS :

Le Projet de RLPi a été modifié depuis le courrier de GirodMédias pour tenir compte de ses remarques (Autorisation du mobilier urbain publicitaire dans les trois communes centres, y compris dans le SPR). Le projet de RLPi arrêté prend en compte ces modifications.

Le projet de RLPi arrêté prend en compte ces modifications.

Fait à Poligny, le 22/12/2022
Le Président,
Dominique BONNET

Pôle administratif Coeur du Jura - 4 rue du Champ de Foire - 39800 POLIGNY - Tél : 03 84 73 71 71 - contact@cc-aps.fr

Annexe 3 : Réponse apportée par la CCAPS à l'association Paysage de France



ARBOIS • POLIGNY • SALINS
Coeur du Jura

Monsieur le Président
Paysages de France
5, Place Bir-Hakeim
38000 GRENOBLE

A Poligny, le 04/10/2022

Objet : Consultation des associations agréées sur le projet de RLPi arrêté
Affaire suivie par : Sarah VIONNET (tel : 03 84 52 64 97)

Monsieur le Président,

Nous avons pris acte de l'avis de l'association « Paysages de France » formulé dans un courriel en date du 20/08/2022 concernant le dossier cité en objet.

Concernant la demande de ne pas réintroduire de publicité sur mobilier urbain, en particulier en secteur protégé : La réintroduction de la publicité en secteurs protégés est limitée au mobilier urbain et sera donc d'un impact limité.

Concernant la préconisation d'interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne n'est pas visible de la voie publique : Cette préconisation ne sera pas prise en compte. Les dispositions du RLPi encadrent déjà fortement ce type d'enseignes, qui ne pourront de facto s'implanter que sur des unités foncières dont le bâtiment est en retrait de la voie publique. Ces enseignes ont par conséquent le même usage que les enseignes en drapeau en centre-ville.

Concernant la préconisation de limiter les enseignes sur clôture à 1,5 m² par côté bordant une voie publique : Le RLPi prévoit l'interdiction des enseignes sur clôtures non aveugles (Article 1.4.3), ce qui correspond aux enseignes les plus impactantes (le plus proche des enseignes scellées au sol). Concernant les enseignes sur mur de clôture opaque, elles sont limitées à 15 % du mur support.

Concernant la préconisation de proscrire les enseignes numériques : Les enseignes numériques sont quasiment interdites. Seules les enseignes numériques non animées de type croix de pharmacies et les enseignes scellées au sol pour l'affichage obligatoire des prix (carburants en particulier) sont admises.

Concernant la préconisation d'encadrer les enseignes et les publicités derrière vitrine : Les publicités derrière vitrine sont interdites en secteurs protégés. (Réglementation nationale). Les enseignes lumineuses (y compris numériques) derrière vitrine doivent être éteintes à la fermeture de l'établissement (RLPi) au même titre que les enseignes placées sur la façade par exemple.

Votre avis sera porté au dossier d'enquête publique qui sera lancé au mois de novembre 2022.

Nous vous prions de bien vouloir recevoir, Monsieur le Président, nos meilleures salutations.

Le Président,
Dominique BONNET



Pôle administratif Coeur du Jura - 4 rue du Champ de Foire - 39800 POLIGNY - Tél : 03 84 73 71 71 - contact@cc-aps.fr

Complément d'information

Cartographie du territoire Cœur du Jura



