



Commune de Roche-Lez-Beaupré

Rapport de présentation du Règlement local de publicité

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 : quatre 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 Roche-Lez-Beaupré est située dans le département du Doubs et la région Franche Comté à une dizaine de kilomètres à l'Est de Besançon.

Elle fait partie du canton de Marchaux.

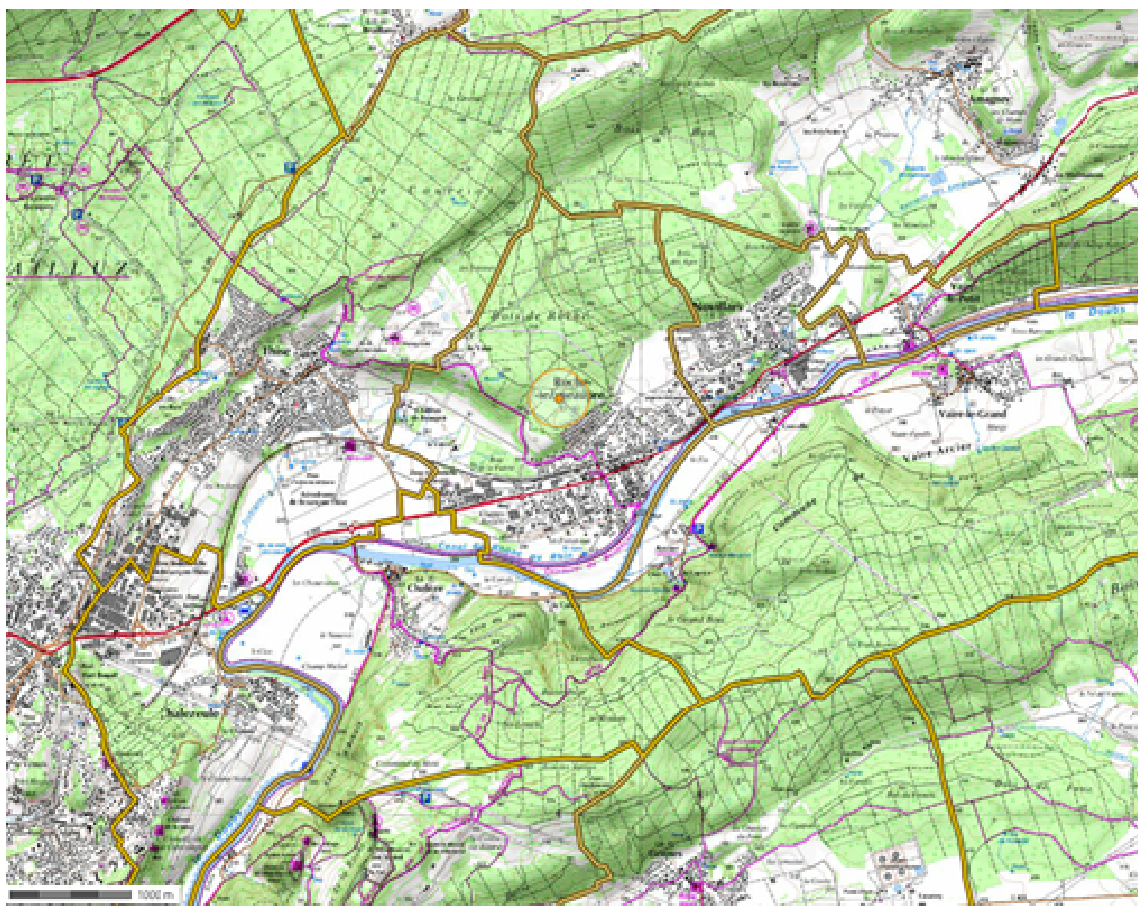
La commune appartient à la communauté d'agglomération du Grand Besançon.

Elle ne fait pas partie de son unité urbaine au sens INSEE.

La commune de Roche-lez-Beaupré est dans le territoire du Schéma de COhérence Territorial approuvé le 14 décembre 2011.

Le territoire communal de Roche-lez-Beaupré est limité :

- Au Nord par la commune d'Amagney.
- A l'Ouest par la commune de Thise.
- A l'Est par la commune de Novillars.
- Au Sud par les communes de Chalèze et Arcier.



Extrait de carte IGN tirée du site « Géoportail »

1.2. Données chiffrées

Superficie communale : 5,5 km² environ (563 ha dont 251 ha de forêt).

Densité de population en 1999 : 366 habitants par km²

Population en 1999 : 2062 habitants

Population en 2008 : 2100 environ (Enquête INSEE – Résultats non publiés)

1.3. Axes de communication

La commune de Roche-lez-Beaupré est traversée par un seul axe principal : la RD 683 qui relie Besançon à l'Ouest et Novillars, Baume-les-Dames puis Montbéliard à l'Est.

La RD 683 est un axe d'importance à l'échelle régionale, mais aussi à l'échelle de l'agglomération puisque elle dessert le secteur nord-est. C'est notamment un point de passage très fréquenté dans le cadre des déplacements domicile/travail dits "pendulaires". Il en résulte un trafic de transit très important à certaines heures de la journée (18000 véhicules jour environ).

Les autres voies sont utilisées pour la desserte du village et des hameaux, elles forment souvent des boucles ou des impasses.

1.4. Activités économiques et industrielles

La commune de Roche-lez-Beaupré détient à la fois une voie ferrée, la RD 683 et une voie navigable : le Doubs. Ces trois axes expliquent en partie le dynamisme de la zone industrielle située à l'entrée Ouest du village. De nombreux établissements importants y sont installés.

Sur la commune, la plupart des services publics des commerces de proximité et des professions libérales sont représentés. On note également la présence d'un hôtel, de trois restaurants et de deux bars. (Source : rapport de présentation du PLU)

1.5. Sites protégés

La commune ne compte pas de site protégé ayant d'incidence sur la publicité extérieure sur son territoire.

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 Ier 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 / Serre-les-Sapins
- Dannemarie-sur-Crête / Chemaudin / Vaux-les-Prés

Ainsi, la commune de Roche-Lez-Beaupré a délibéré le 05 mars 2012 pour prescrire l'élaboration d'un règlement local de publicité sur son territoire. 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 28 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 RD 683, 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^{er} 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^{er} 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*

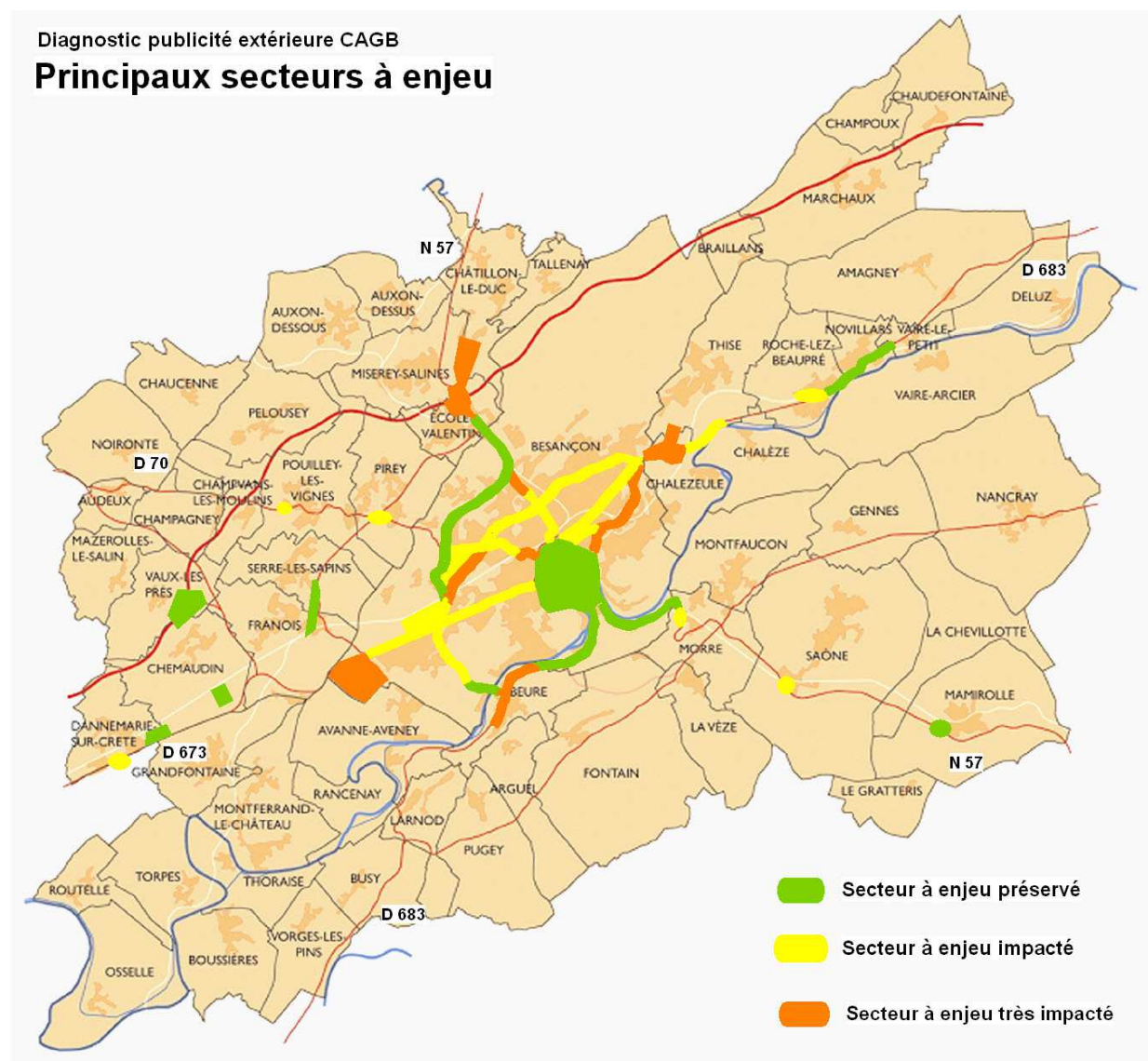
Le diagnostic fait apparaître diverses problématiques dans la commune en termes d'affichage :

- préenseignes qui prolifèrent aux entrées de la ville,
- 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 :

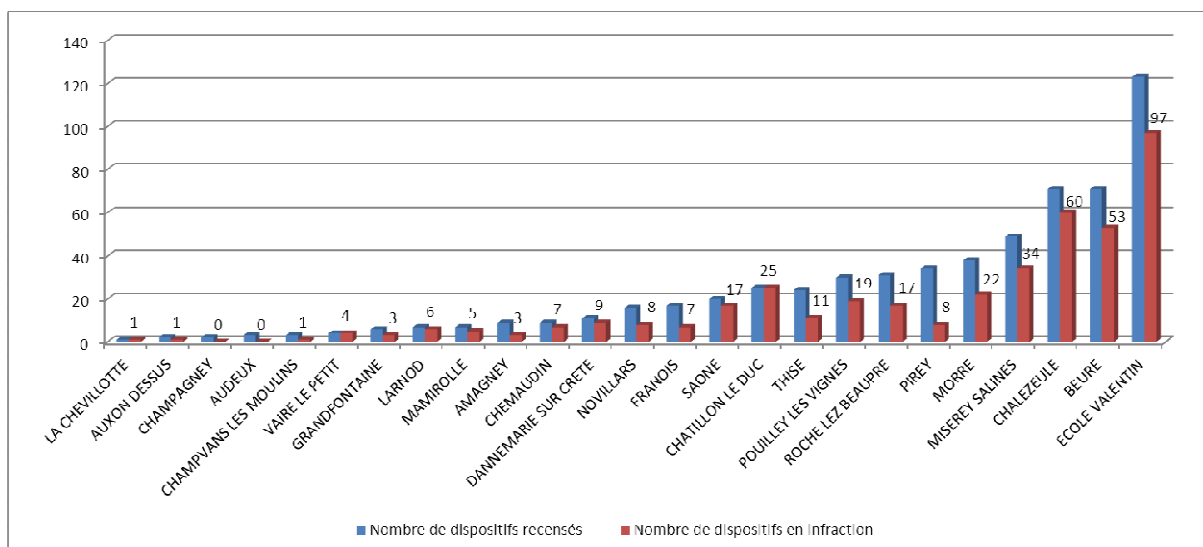


Roche-Lez-Beaupré comprend un secteur, la zone d'activités et les abords de la RD 683 considérés comme à enjeu et fortement impactés par la publicité extérieure.

3.4. Synthèse statistique

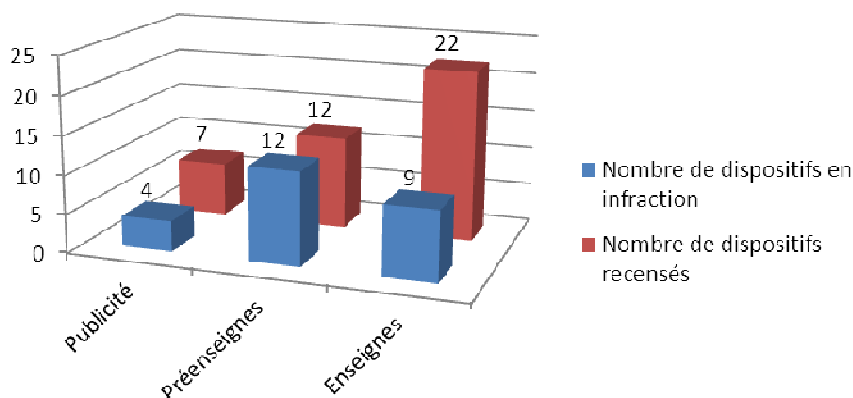
La dégradation du territoire se caractérise par un nombre important de dispositifs en infraction avec le Code de l'Environnement.

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



La commune de Roche-Lez-Beaupré compte pour sa part 25 dispositifs en infraction avec la réglementation nationale en vigueur au moment du relevé sur 41 dispositifs étudiés sur son territoire.

Nombre d'infractions par catégories de dispositifs à Roche-Lez-Beaupré



Le diagnostic fait ressortir que la majorité des infractions est le fait de préenseignes non dérogatoires (12 sur 41), installées par les entreprises souhaitant se signaler. Les enseignes comptent 9 dispositifs en infraction dont la plupart liées au format où au surnombre des dispositifs scellés au sol. Les publicités 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, portent cependant un préjudice paysager important au territoire et que la simple application de la réglementation nationale (y compris applicable depuis le 1^{er} juillet 2012) n'est pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la commune.



Exemples de dispositifs conformes et portant atteinte au territoire

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 autorise des dispositifs qui ne sont pas adaptés aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère chers à la commune de Roche-lez-Beaupré.

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 Roche-lez-Beaupré, 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 RD 683 à Roche-Lez-Beaupré;
- 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 du 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 grand format en centre-ville

5. Objectifs

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

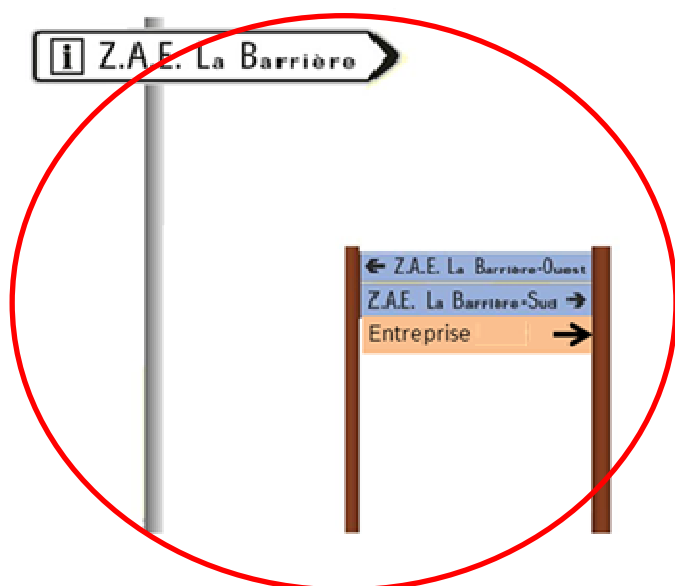
5.1. Zonage : quatre secteurs

Quatre zones de publicité réglementées distinctes sur l'ensemble du territoire de la commune de Roche-Lez-Beaupré, 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° 2a concerne les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle situés en agglomération le long de la D 683.
- La zone de publicité réglementée n° 2b concerne les secteurs à forte vocation commerciale, de services, artisanale et industrielle situés hors agglomération le long de la D 683.
- La zone de publicité réglementée n° 3 concerne l'intégralité du territoire communal situé hors agglomération non compris dans la ZPR2b. Elle permet de réglementer le format des enseignes des établissements isolés.

5.2. Objectifs pour les préenseignes

- Les préenseignes non dérogoires scellées au sol n'étant pas autorisées, 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 du jalonnement.



5.3. Objectifs pour les enseignes

Remarque : Pour les besoins de la démonstration, certains exemples photographiques sont pris en dehors de Roche-lez-Beaupré 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^{er} juillet 2012). Au-delà de la réglementation nationale, limiter le nombre d'enseignes par façade d'établissement et prescrire un seuil maximum par enseigne (25 m²).



- 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 m² à 1 dispositif par voie bordant l'activité (depuis le 1^{er} juillet 2012), prescrire des formats maximum en fonction du type de dispositif (6 m² sous forme de totem, 2 m² sous forme de mono pied...)



Enseignes bipieds à proscrire



Enseigne de type totem à favoriser

5.4. Objectifs publicité

- Favoriser l'intégration de la publicité en limitant le nombre, la surface et la densité des publicités sur façade.
- Maintenir l'interdiction de la publicité scellée au sol prévue par le régime général sauf pour la publicité apposée sur mobilier urbain à fonction accessoirement publicitaire.



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 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 Roche-lez-Beaupré, 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.