

Département de la Dordogne

Communauté d'Agglomération du Grand PERIGUEUX



Enquête publique relative à l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

Rapport du commissaire enquêteur

Enquête publique réalisée du 3 octobre 2022 au 4 novembre 2022 à 12 heures

Décision du TA N° E22000080/33 du 02/08/22

Arrêté de Monsieur le Président du Grand Périgueux n° ARRU2022-011 du 07/09/2022

Destinataires :

M. le Président de la CAGP

Mme la Présidente du TA de Bordeaux

Josette COUDERC

Commissaire enquêteur

SOMMAIRE du RAPPORT

PARTIE 1

I – GENERALITES

1.1	Objet de l'enquête.....	3
1.2	Grand Périgueux et son territoire.....	3
1.3	Situation actuelle du territoire sur le plan de la publicité.....	4
1.4	Cadre juridique de l'enquête publique	8
1.5	Présentation du RLPI.....	9
1.6	La concertation préalable.....	10

II – DOSSIER SOUMIS A ENQUÊTE PUBLIQUE

2.1	Contenu du dossier soumis à l'enquête publique.....	12
2.2	Les avis des PPA.....	12
2.3	Les avis des Communes.....	14

III. ORGANISATION ET DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

3.1.	Désignation du commissaire enquêteur.....	16
3.2.	Arrêté d'ouverture de l'enquête publique.....	16
3.3.	Préparation et déroulement de l'enquête	16
3.4.	Publicité	17
3.5	Permanence.....	18
3.6	Clôture de l'enquête.....	19

IV LES OBSERVATIONS

4.1	Bilan comptable.....	19
4.2	Le procès-verbal de synthèse.....	20
4.3	Le mémoire en réponse.....	20
4.4	Conclusions et avis.....	20

PARTIE 2

Conclusions et avis du commissaire enquêteur.....	21
---	----

Annexe et Pièces jointes :

Annexe 1 : le procès-verbal de synthèse des observations et le mémoire en réponse du maître d'ouvrage

Pièce jointe 1 : la décision de désignation du Commissaire-Enquêteur N° E22000080/33

Pièce jointe 2 : l'arrêté n° ARRU2022-11 du 7/09/2022 de M. le président de la CAGP prescrivant l'enquête publique

Pièces jointes 3 : publications dans les journaux

Pièces jointes 4 : certificats d'affichage

Pièce jointe 5 : le registre d'enquête publique

PARTIE 1

I – GENERALITES

1.1 Objet de l'enquête :

Le projet soumis à l'enquête publique concerne l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) du Grand Périgueux.

La première réglementation pour l'affichage publicitaire date de la loi du 29 décembre 1979 dans le cadre de la préservation de la qualité du cadre de vie.

La **loi** du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite **loi "ENE"**), complétée par le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes ; la **loi** relative à la liberté de création, à l'architecture et au patrimoine (**loi LCAP**) du 7 juillet 2016 et la loi relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique (**loi engagement et proximité**) du 27 décembre 2019 sont venus renforcées cette réglementation.

Compte tenu de l'évolution de cette réglementation, la Communauté d'Agglomération du Grand Périgueux (CAGP), ayant la compétence PLUi - Plan Local d'Urbanisme intercommunal - a décidé d'élaborer un règlement local de publicité à l'échelle de son territoire afin d'adapter le règlement national défini aux articles L 581-1 et suivant du code de l'environnement au contexte local dans un souci de protection du cadre de vie, de prévention des nuisances visuelles et de la réduction des consommations énergétiques.

1.2 Grand Périgueux et son territoire :

Situé au centre du Département de la Dordogne, Le Grand Périgueux est une communauté d'agglomération issue de la fusion de la communauté d'agglomération Périgourdine (CAP) et de la communauté de communes Isle et Manoire. Créea au 1^{er} janvier 2014, avec 33 communes, elle en regroupe aujourd'hui 43 suite à l'intégration de nouvelles communes.

Le territoire du Grand Périgueux est principalement un territoire rural avec des paysages naturels et agricoles très diversifiés. L'agriculture se caractérise par de l'élevage, des céréales, du maraîchage.

Traversé par la vallée de l'Isle, qui concentre les zones industrielles, les zones d'activités et les zones commerciales par rapport à la présence des réseaux de communications ; ce territoire se divise en deux ensembles paysagers. On distingue :

- au nord les Causses de Savignac sur les communes de Savignac les Eglises et Sorges, et les coteaux du Nord sur les communes périphériques de Périgueux : Champcevinel, Chancelade, Trélissac, Antonne et Trigonnant etc... - où une urbanisation linéaire s'est développée donnant lieu à un véritable mitage des collines.
- au sud les coteaux centraux comportant également un caractère périurbain pour les communes de la première couronne telles Boulazac-Isle-Manoire, Coulounieix-Chamiers, Coursac etc pour retrouver ensuite un caractère rural avec des coteaux boisés vallonnés et arriver sur les coteaux de Dordogne avec la commune de Paunat où on rencontre d'autres influences en terme architectural et matériau de constructions.

Ce territoire compte également :

- 15 sites Inscrits,
- 4 sites Classés du Grand Périgueux,
- 5 Secteurs Patrimoniaux Remarquables (SPR),
- 100 Monuments Historiques Classés ou Inscrits,
- 3 sites Natura 2000,

Compte tenu de ces enjeux et au regard des différentes lois citées ci-après :

(Loi n°2010-788 du 12/07/2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » qui a modifié une réglementation datant de 1979 ; Loi n° 2016-925 du 07/07/2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ; Loi n° 2021-1104 du 22/08/21 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets qui a modifié certains aspects relatifs à la publicité extérieure)

Le conseil communautaire du Grand Périgueux a prescrit, par délibération du 1^{er} juin 2017 (DD081-2017) et du 12 juin 2021 (DD2021-081) l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) à l'échelle de ses 43 communes.

Le RLPi est un véritable outil de planification en matière d'affichage publicitaire, il permet d'adapter la réglementation nationale au contexte local et d'instaurer un principe d'harmonisation et de cohérence à l'échelle du territoire, tout en veillant à l'équilibre avec la liberté d'expression (L 581-1 C.E) et les enjeux environnementaux (protection du cadre de vie, paysage et patrimoine, nuisances visuelles, réduction consommation d'énergie).

1.3 Situation actuelle du territoire sur le plan de la publicité :

Trente-sept communes du territoire de la Communauté d'Agglomération du Grand Périgueux (CAGP) sont soumises au règlement national de publicité.

Six communes disposent d'un Règlement Local de Publicité :

Boulazac-Isle-Manoire, Champcevinel, Chancelade, Marsac-sur-l'Isle, Périgueux et Trélissac,

Toutefois, au terme de l'article L 581-14-3 du Code de l'Environnement, ces règlements, en vigueur au 13 Juillet 2010 (dit anté Grenelle II) se sont vus attribuer une durée de validité de 10 ans, avec un report de deux ans (loi Engagement et Proximité du 27/12/2019) dès lors qu'un RLPi était prescrit par l'EPCI avant leur caducité. Ce qui portait leur date de caducité au **13 Juillet 2022**.

L'élaboration du RLPi du Grand Périgueux a donné lieu, en préambule, à :

1) - l'analyse et la représentation synthétique des règlements applicables sur tout le territoire du Grand Périgueux y compris pour les communes disposant d'un règlement local dont un extrait des tableaux récapitulatifs est joint ci-dessous :

Extrait des tableaux de synthèse des RLP existants :

Agglomérations du territoire intercommunal hors agglomération principale de Périgueux		Périgueux (agglomération principale)
Publicité sur un mur ou une clôture non lumineuse	surface ≤ 4 m ² hauteur ≤ 6 m	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 7,5 m
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol non lumineuse		surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles		autorisées
Publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence	surface ≤ 4 m ² hauteur ≤ 6 m extinction en 1h et 6h	surface ≤ 12 m ² hauteur ≤ 6 m (7,5 m) ¹⁹ extinction entre 1h et 6h

⁷ Couvrant uniquement l'ancienne commune de Boulazac.

⁸ Article R581-24 du code de l'environnement

⁹ Ou 7,5 mètres si publicité sur un mur ou une clôture

16

Publicité lumineuse autre qu'éclairée par projection ou transparence notamment numérique		surface ≤ 8 m ² hauteur ≤ 6 m extinction entre 1h et 6h
--	--	--

Type de dispositif	activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	activités culturelles	monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite	préenseignes temporaires
Nombre maximum de dispositif par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	hors agglomération uniquement			hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants
Durée d'installation	permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

Commune	Zone de publicité	Typologie de la zone	Publicité sur mobilier urbain	Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	Publicité sur mur ou clôture	Publicité sur palissades de chantier	Publicité lumineuse sur toiture	Publicité lumineuse
Boulazac-Isle-Manoire	ZPR	Centre-ville, zone commerciale en continuité du centre-ville et abords des axes principaux	Surface ≤ 2 m ²	interdiction	interdiction	interdiction	interdiction	-
	ZPA	Secteur artisanal et industriel + route de Lyon + avenue François Mitterrand + partie de l'avenue Henri Cumond	RNP	Interdiction si linéaire < 20 m (ou 200 m) OU si à plus de 25 m de la voie Hauteur ≤ 6 m Surface ≤ 12 m ² Interdistance de 100 m (ou 200 m)	Hauteur ≤ 6 m Surface ≤ 12 m ² Interdistance de 100 m (ou 200 m) Densité : une seule si façade < 40 m sinon deux Règles spécifiques sur clôture	-	-	Publicité lumineuse : Surface ≤ 2 m ² Hauteur ≤ 2,5 m
	ZPR	ZPR1 : « la Grange » ; ZPR2 : « le Bourg » ; ZPR3 : « les Mazades » ; ZPR 4 : « les Granges de Cap Blanc »	Surface ≤ 2 m ²	interdiction	interdiction	-	-	-

Trélissac

ZPR2	Bourg de Trélissac	-	-	Surface ≤ 12 m ²	-	-
ZPR3	CD8 (partie agglomérée)	-	-	Surface ≤ 12 m ²	-	-
ZPR4	RN 21 côté pair (partie agglomérée)	-	-	-	-	-
ZPR5	Giratoires	-	-	-	-	-
ZPR6	Stades et installations municipales	-	-	-	-	-
ZPE	De l'entrée d'agglomération des Jalots jusqu'au PK 55.580 à Rhodas	Sur clôture ajourée	Parallèle : une seule par activité et par rue Perpendiculaire : Une seule par activité Uniquement en rez-de-chaussée ou 1 ^{er} étage	Hauteur ≤ 6 m Surface ≤ 6 m ²		Surface ≤ 1/10 ^{ème} de la surface de la clôture Hauteur ≤ 4 m Possibilité de dépassement de la hauteur de la clôture
ZPA1	Partie de la RN21			Autorisées uniquement pour les activités en retrait de la voie publique Surface ≤ 12 m ²		
ZPA2	Centre commercial des Romains					

Les différents RLP des communes de Boulazac-Isle-Manoire, Champcevinel, Chancelade, Marsac-sur-L'Isle, Périgueux et Trélissac comportaient des zones de publicité restreinte (ZPR), des zones de publicité autorisée (ZPA), des zones de publicité élargie (ZPE). Ces différents types de zones seront supprimés au profit d'une seule zone dénommée « zone de publicité » (ZP) où la réglementation sera plus restrictive.

2) – en 2021, la réalisation, d'un inventaire exhaustif de la situation existante, sur l'ensemble des moyens d'affichage, afin de mieux appréhender les enjeux et les objectifs du futur RLPI ;

Cet inventaire très détaillé, assorti de photographies, a permis de repérer les principales caractéristiques des dispositifs en place : emplacement, hauteur au sol, surface, lumineux, conformité, de constater des infractions et de mieux apprécier les enjeux.

Les **731 publicités et pré-enseignes** recensés sur tout le territoire se répartissent de la manière suivante :

- 424 publicités scellées au sol, soit 58 % des dispositifs
- 211 publicités sur mobilier urbain, soit 21 % des dispositifs
- 96 publicités sur mur ou clôture essentiellement dans le cœur d'agglomération et dans quelques centres bourgs, soit 13 % des dispositifs
- environ une quarantaine de dispositifs lumineux soit 8 % des dispositifs
- 50 pré-enseignes dérogatoires,

De ce constat, la CAGP a tiré l'analyse suivante :

- sur les publicités et pré-enseignes :

- scellées au sol ou installées directement sur le sol

Elles sont principalement positionnées sur les axes structurants, implantées sur le domaine privé, représentent 58 % de la publicité totale du Grand Périgueux, ont un fort impact paysager. 34 % ont un format supérieur à 4 m².

- apposées sur un mur ou une clôture

Elles représentent 13 % de la publicité, ont un impact paysager modéré, sont implantées sur le domaine privé, principalement un dispositif par unité foncière, 41 % dépasse 4 m².

- supportée par le mobilier urbain

Elle est présente dans certains secteurs patrimoniaux (Périgueux, Trélissac, Chancelade, Marsac-sur-l'Isle, Boulazac-Isle-Manoire, , implantée sur le domaine public, avec un format dominant : H/S = 3 m, S = 2 m², a un impact paysager faible à modéré.

- lumineuse ou numérique

Elle est peu présente sur le territoire du Grand Périgueux, en dehors du mobilier urbain, on dénombre une quarantaine de dispositifs soit moins de 8 % des supports. Quant à la publicité numérique on notera deux dispositifs sur le territoire de l'intercommunalité.

- sur les enseignes :

- parallèles ou perpendiculaires aux murs

Les enseignes parallèles sont les plus présentes, en zone d'activités, en centre bourg et centre villes ; sont implantées sur le domaine privé, en surplomb du domaine public pour les perpendiculaires, l'impact est faible à modéré et peu d'infractions ont été identifiées.

- scellées au sol ou installées directement sur le sol ou sur clôture

Elles sont principalement situées en zones d'activités et implantées sur le domaine privé avec un important impact paysager. De nombreuses infractions ont été identifiées. Les enseignes sur clôture ont un impact plus faible.

- posées sur toiture

45 enseignes ont été répertoriées sur le territoire, peu nombreuses, elles ont cependant un fort impact, principalement localisée en zones d'activités et centre villes. En rapport au faible nombre de support, les infractions relevées sont importantes (28).

- lumineuses

Sont très présentes sur tout le territoire, la grande majorité utilise des spots pour l'éclairage par projection, ou des caissons lumineux pour l'éclairage par transparence, l'impact est particulièrement important la nuit.

- temporaires

La plupart du temps elles sont positionnées en façade, mais peuvent être scellées ou posées au sol ou sur clôture, concernent des manifestations ou opérations temporaires (soldes, location ventes immobilières). Elles sont retirées à la fin de l'évènement.

Au regard de ce constat, la communauté d'agglomération a construit son règlement local de publicité intercommunal selon les objectifs fixés dans les délibérations précitées.

Commentaire du commissaire enquêteur

L'inventaire réalisé donne une vision très précise de la situation présente, permet de constater les disparités, les dispositifs en infraction, et apporte un éclairage conséquent à la communauté d'agglomération dans la mise en œuvre du RLPI et des objectifs poursuivis.

1.4 Cadre juridique de l'enquête :

Les textes régissant la présente enquête publique sont :

- Le code de l'Environnement – Art L 123-1 à 18 ; Art L 581-1 et suivant (partie législative) – Art R 123-1 à 27 ; Art R 581-72 et suivant (partie règlementaire)
- Le code de l'Urbanisme – Art L 103-2 à 6 ; 132-1 à 13 ; 153-11 à 22 et R 153-1 à 22
- Le code de la Route – Art R 110-2 et R 411-2 définition des limites d'agglomérations

L'alinéa 2 de l'article L 581-14 du code de l'environnement dispose que règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national.

Le code de l'environnement distingue :

- 1 Les règles en matière de publicités et pré-enseignes, lumineuse ou non lumineuse
R 581-22 à 24 ; R 581-26 à 33 ; R 581-34 à 41 ; R 581-66 à 67 ;
- 2 Les règles en matière de pré-enseignes dérogatoires
R 581-66 à 67 ;
- 3 Les règles en matière d'enseignes
R 581-58 à 65 ;
- 4 Les règles en matière d'enseignes et pré-enseignes temporaires
R 581-68 à 71 ;

Les dispositions du code de l'Environnement qui ne sont pas expressément modifiées par le règlement du RLPI du Grand Périgueux restent applicables.

1.5 Présentation du RLPI du Grand Périgueux :

Le RLPI permet de fixer des règles différentes du règlement national en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes. La définition de ces termes est codifiées à l'article L 581-3 du code de l'Environnement. Les pré-enseignes sont soumises aux mêmes dispositions que la publicité (L 581-19).

Les huit objectifs fixés par la communauté d'agglomération du Grand Périgueux pour l'élaboration du RLPI sont les suivants :

- 1) Lutter contre la pollution visuelle,
- 2) Prise en compte des évolutions règlementaires, (Loi ENE – LCAP)
- 3) Préserver les paysages et le patrimoine bâti, (OAP du PLUi)
- 4) Préserver la qualité du centre ville de Périgueux et centres bourgs en maintenant une information de qualité,
- 5) Améliorer la qualité des entrées de ville et des agglos,
- 6) Améliorer la qualité des axes routiers structurants,
- 7) Améliorer la qualité des zones d'activités économiques et commerciales,
- 8) Possibilité de dérogation éventuelle – article L581-8 du code de l'environnement,

Ils ont été déclinés en 11 orientations dont les principales sont :

- en matière de publicités et pré-enseignes :

- l'harmonisation des zonages des RLP existant et l'étendre à l'ensemble du territoire,
- la réduction de la densité et du format publicitaire,
- la réduction de l'impact avec des contraintes d'implantation,
- réduction des plages d'extinction nocturne (publicité lumineuse ou numérique).

- en matière d'enseignes :

- Eviter certaines implantations,
- limiter leur nombre,
- harmoniser les formats.

L'article L 581-7 du code de l'environnement pose le principe qu'en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite.

La communauté d'agglomération du Grand Périgueux(CAGP) regroupant 43 communes compte 106 954 habitants. Toutes les agglomérations présentes sur le territoire comptent moins de 10 000 habitants excepté l'agglomération principale de Périgueux supérieure à 10 000 h. Il n'existe pas d'unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Elle a retenu les choix suivants dans l'élaboration du règlement :

- En matière de publicité et de pré-enseignes

Création de trois zones de publicité couvrant l'ensemble des zones agglomérées du territoire, prenant en compte la réalité patrimoniale et la population des agglomérations :

La zone ZP1 : couvre les parties agglomérées des Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) ;

La zone ZP2 : couvre les parties des communes dont les agglomérations comptent moins de 10 000 h et hors ZP1 ;

La zone ZP3 : couvre l'agglo principale de Périgueux – plus de 10 000 h – et hors ZP1 ;

Dans chacune de ces zones s'appliquent les dispositions particulières y relatives, toutefois, plusieurs dispositions générales sont applicables sur l'ensemble des trois zones ; cet arbitrage s'inscrit dans la volonté de la CAGP de satisfaire à l'orientation n° 1 :

- harmoniser les zonages des RLP existants et étendre la logique sur l'ensemble du territoire.

Ainsi dans les 3 zones : - la publicité sur toiture est interdite

- la hauteur au sol maximale est fixée à 6 m
- la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses est fixée à 22 h à 6 h.

- En matière d'enseignes

Le principe retenu est une application des règles sur l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération et ce quelle que soit le type d'enseignes :

- sur clôture, scellées ou posées au sol, lumineuse, temporaires,

Cependant, des dispositions particulières supplémentaires s'appliquent pour la zone ZP1 et pour les zones d'activités.

On entend par zones d'activités toutes les zones identifiées dans le PLUi énumérées ci-après :

UL, UM, UM+, UT, UX, UY, UY+, 1AUet, 1AUm, 1Aux, 1AUy, 1AUzac, 1AUzac+, NL, NT complétées par la cartographie de la zone complémentaire de Trélissac et la zone complémentaire de Périgueux figurant dans les annexes.

Commentaire du commissaire enquêteur

Les règles du RLPi sont plus restrictives que les règles nationales mais s'inscrivent dans la logique des objectifs et orientations fixés. Les zones d'activités sont définies en lien avec le zonage du PLUi, une recherche s'impose donc dans le document d'urbanisme, ce qui implique de disposer de l'ensemble de tous les documents, génère des allers retours dans les dossiers et peut être source de difficultés voire d'erreurs ;

1.6 La concertation préalable

L'article L 581-14-1 du Code de l'Environnement stipule que le RLPi est élaboré conformément à la procédure d'élaboration des PLU ; en conséquence la mise en œuvre d'une concertation s'impose conformément à l'article L 103-2 du code de l'urbanisme.

Les modalités de concertation ont été définies dans la délibération complémentaire du 12 juin 2021. Elles ont été intégralement respectées et réalisées, à savoir :

- 2 réunions publiques (5 juillet 2021 et 8 novembre 2021),
- 2 réunions avec les PPA (8 juillet 2021 et 9 novembre 2021),
- 1 réunion avec les professionnels et les associations (9 novembre 2021),
- mise à disposition du dossier et d'un registre au siège du Grand Périgueux,
- information sur le site internet du Grand Périgueux et possibilité d'envoyer un courrier,

Cette période de concertation a surtout suscité l'intérêt des professionnels de la publicité et des associations de défense du paysage et du patrimoine. La population, les annonceurs, ne se sont pas déplacés. Néanmoins lors des réunions publiques, des remarques et des observations ont été émises, et 7 courriers ou mails concernant des contributions ont été adressés à la communauté d'agglomération du Grand Périgueux par :

- l'Association Paysage de France
- Le Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE),
- la SEPANSO,
- la société JCDECAUX,
- le syndicat UPE (Union de la Publicité Extérieure),
- la société Jouretnuit/Wancom.

Le bilan de la concertation réalisé fait partie intégrante du dossier ; il comporte les comptes rendus des réunions et il reprend l'ensemble des remarques formulées par les différents canaux de concertation, présentées sous forme de tableau en précisant pour chacune des demandes des différents acteurs, la prise en compte ou non et le motif.

Il ressort que les principales demandes, lors des réunions publiques, émanent des associations de protection du paysage, des Sociétés de publicité, des professionnels de la publicité et de quelques entrepreneurs.

Les principales propositions suggérées sont pour :

L'association Paysage de France : ajout de seuil minimal pour la densité, limiter la publicité sur mobilier urbain, interdire la publicité scellée au sol en ZP3, interdire la publicité numérique, réduire les plages d'extinction nocturne, limiter la surface des enseignes en façades....

L'association SEPENSO : Interdire la publicité numérique sur le mobilier urbain, interdire les enseignes numériques, extinction aux horaires de fermeture de l'activité

La Société JC DECAUX : Ne pas soumettre à l'extinction nocturne la publicité supportée par le mobilier urbain, permettre la publicité numérique sur mobilier urbain en ZP3.....

Syndicat UPE : Création d'une zone 4 autour des axes structurants à PERIGUEUX avec un format de publicité à 10.50 m²

Ste Jouretnuit/WANCOM : Demande une surface de 8 m² pour les publicités classiques et numériques en zone ZP3

Commentaire du commissaire enquêteur :

Avec l'organisation de réunions publiques ou de concertation avec les services de l'Etat, la constitution de 6 ateliers de travail avec les communes, la CAGP a démontré sa volonté d'associer l'ensemble des acteurs, les citoyens, à l'élaboration de son RLPi.

Bien que certains intérêts soient divergents, il semble que des compromis ont pu être trouvés sur des points particuliers

II DOSSIER SOUMIS A L'ENQUETE PUBLIQUE

2.1 Le dossier soumis à l'enquête publique est constitué des pièces suivantes :

Dossier technique

- Pièce 1.0 Tome 1 : Rapport de présentation,
- Pièce 2.0 Tome 2 : Règlement,
- Pièce 3.0 Tome 3 : Annexes (documents graphiques et arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomérations)
- Bilan de la concertation,

Dossier administratif

Délibérations de prescription du RLPi des 1/06/2017 et 12/06/2021

Délibération relative à l'arrêt du projet de RLPi du 19/05/2022

Arrêté de la communauté d'agglomération du 07/09/2022 prescrivant l'enquête publique

Avis des PPA – Personnes Publiques Associés, des Mairies, de la CDNPS,

Et le registre d'enquête publique côté et paraphé par mes soins.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le dossier est complet et conforme à la réglementation, cependant je note que certains documents présentent des faiblesses notamment dans :

- Les annexes : absence de certains arrêtés d'agglomérations et plan de zonage très peu lisible, des cartes établies par commune faciliteraient l'application du RLPi pour repérer les 3 zones ainsi que les zones d'activités.*
- Le règlement : à compléter par des schémas ou croquis explicatifs, pour aider à la compréhension,*

2.2 - Avis des Personnes Publiques Associées et consultées

Les avis des services consultés sont condensés dans le tableau ci-dessous : Le Préfet et la CDNPS (Commission Départementales de la Nature, des Paysages et des Sites) ont émis un avis favorable avec des réserves.

P.P.A	A.F	A F Avec réserves	Observations
Syndicat Mixte du Pays de l'Isle		X	pas d'avis définitif le SCOT n'étant pas approuvé, toutefois le projet est conforme aux objectifs énoncés à la prescription P4.53 du projet de SCOT, dans la mesure où il contribue à la réduction des consommations énergétiques et aux limitations des nuisances visuelles
Chambre d'Agriculture -	X		
DDT		X	<ul style="list-style-type: none"> - correction à apporter à l'écriture de plusieurs articles du règlement ; - intégrer des illustrations pour une meilleure compréhension, - rectifier les obligations réglementaires non respectées : ex les mesures d'interdiction de manière générale et absolue..
CDNPS		X	<p>3 niveaux d'observations :</p> <p>Règlementaire : 1) non respectée la publicité lumineuse scellée ou installée au sol n'est autorisée que sur le territoire de l'agglomération de Périgueux (P1.5/P2.5)</p> <p>2) la publicité sur M.U ne peut être autorisée qu'à titre accessoire, en respectant les dispositions du Code de l'environnement (P1.4/P2.4)</p> <p>3) le RLPI ne peut interdire de manière générale et absolue les enseignes numériques au mur et au sol (E6)</p> <p>4) les arrêtés municipaux fixant les limites d'agglo doivent être annexés au RLPI – certains sont absents dans le dossier.</p> <p>Mise en cohérence du document :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'utilisation du M.U dans les zones d'interdiction relative à l'article L 581-8 doit correspondre à la définition du Code de l'environnement (P0.2) - Détaillez les cartographie (zonages RLPI, zone d'activités.....) <p>Recommandations :</p> <ul style="list-style-type: none"> - accompagner les différents documents d'illustrations (E3) - préciser les règles de certains dispositifs (densité, source lumineuse, encadrement compris.....) - une carte globale format A0 matérialisant les panneaux d'agglo de la CAGP apporterait une plus-value
DREAL	X		
DRAC – UDAP	X		

2.3 – Avis et observations des communes

Sur les 43 communes que comptent le territoire du Grand Périgueux, seules 13 communes ont fait parvenir leur avis dans les délais, 11 ont délibéré favorablement, 2 ont délibéré favorablement avec des réserves et avec une demande particulière pour la commune de PERIGUEUX ; pour les 30 autres communes, leur avis est réputé favorable.

Synthèse des avis des communes du Grand Périgueux

COMMUNES DU GRAND PX	Avis RLPI		Observations
	Fav	Fav + Rés	
Agonac			
Anesse et Beaulieu			
Antonne et Trigonant			
Bassillac et Auberoche			
Boulazac Isle Manoire			
Bourrou			
Chalagnac			
Champcevinel	X		
Chancelade		X	<p>La version du projet de RLPI arrêté n'est pas accessible au plus grand nombre, initiés ou non initiées ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Améliorer la compréhension des règles par des schémas représentatifs et explicatifs ; - Retranscrire les articles du code de l'environnement cités dans le règlement afin d'éviter d'avoir à gérer plusieurs documents à la fois ; - les cartes de zonages n'ont pas toute la même charte graphique ce qui rend la compréhension et la lisibilité des limites imprécises, la carte de zonage RLPI Grand Périgueux, p 150, est inutilisable en l'état - Harmoniser les outils graphiques et présenter une cartographie spécifique par commune apporterait une meilleure compréhension et une meilleure sécurité juridique.
Château l'Evêque			
Cornille			
Coulounieix Chamiers	X		
Coursac			
Creyssensac-et-Pissot			
Eglise-Neuve-de-Vergt	X		
Escoire			
Fouleix			
Grun-Bordas			

La Chapelle Gonaguet			
La Douze			
Lacropte			
Manzac-sur-Vern	X		
Marsac-sur-l'Isle	X		
Mensignac			
Paunat	X		
Périgueux		X	<p>la version du projet arrêté du RLPi n'est pas accessible au plus grand nombre,</p> <p>Tome 2 : intégrer des schémas représentatifs pour une meilleure compréhension des règles , Certains articles (P1.4 ; P2.4 ; P3,4) renvoie aux articles du code de l'environnement qui pourraient être utilement retranscrits afin d'éviter des allers retours entre le règlement et le C.E ; Règlementation des enseignes : mieux différencier les règles applicables dans la zone ZP 1;</p> <p>Tome 3 : Carte de zonage imprécise - intégration de schémas explicatifs ;</p> <p>Demande particulière : intégrer le Leclerc du quartier Clos Chassaing et l'Intermarché du quartier St Georges en tant que zone d'activité et ne pas inclure le zonage UAg qui correspond au quartier d'Affaires.</p>
Razac-sur-L'Isle			
St Amand-de-Vergt			
St Crépin d'Auberoche	X		
St Géyrac	X		
St Maine-de-Péreyrol			
St Michel de Villadeix			
St Paul de Serre			
St Pierre de Chignac	X		
Salon			
Sanilhac			
Sarliac-sur-L'Isle			
Savignac-les-Eglises	X		
Sorgues et Ligueux en Pgd			
Trélissac			
Val de Louyre et Caudeau			
Vergt			
Veyrines-de-Vergt	X		

III ORGANISATION ET DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

3.1 Désignation du commissaire enquêteur

Par décision en date 2 Aout 2022 N° E22000080/33 prise à la suite de la demande de la Communauté d'Agglomération du Grand Périgueux en date du 29 juillet 2022, Madame la Présidente du Tribunal Administratif de Bordeaux, m'a désignée en qualité de commissaire enquêteur. (PJ n° 1)

3.2 Arrêté d'ouverture de l'enquête publique :

Cette enquête a été prescrite par arrêté de Monsieur le Président de la CAGP, autorité compétente, en date du 7 septembre 2022. (PJ N° 2)

Il fixe le siège de l'enquête, l'objet, la durée, les dates d'ouverture et de clôture de l'enquête, ainsi que les modalités de mise à disposition du dossier au public.

Il précise également le nom du commissaire enquêteur, les dates, heures et lieux des permanences.

3.3 Préparation de l'enquête et déroulement de l'enquête :

Le 31 Aout 2022, j'ai rencontré, pour un premier contact, au siège du Grand Périgueux, Mme FAILLY, Directrice du service Urbanisme en charge du projet et M. PALEM, conseiller délégué en charge du RLPi et de la préservation et mise en valeur du patrimoine architectural.

Ils m'ont présenté et remis le dossier d'enquête, nous avons défini les dates et les modalités de l'enquête, les dates et lieux de permanences du commissaire enquêteur.

L'enquête s'est déroulée du lundi 3 octobre 2022 au vendredi 4 novembre 2022 sans aucun incident à relever. Le dossier était consultable en version papier au siège du Grand Périgueux aux jours et heures d'ouvertures, et en version dématérialisé sur le site internet de la CAGP à l'adresse suivante : <http://grandperigueux.fr> ;

Le public pouvait déposer ces remarques :

- sur le registre d'enquête mis à disposition au siège du Grand Périgueux,
- sur le registre dématérialisé à l'adresse suivante : <http://registre.agrn.fr>,
- par courrier électronique à l'adresse suivante : enquete publique@grandperigueux.fr,
- par voie postale, à l'attention du commissaire enquêteur, adressé au siège du Grand Périgueux.

Je me suis tenue à la disposition du public lors de 4 permanences, j'ai reçu en tout 4 personnes, deux personnes représentant l'UPE, une personne de Razac non concernée ayant confondu RLPi et PLUi, et la quatrième pour des renseignements sur la possibilité d'installer un panneau publicitaire sur le mur d'une habitation.

Le 14 octobre, accompagnée de Mme FAILLY, j'ai visité les axes principaux pour mieux intégrer les différentes formes de supports en matière de publicité et d'enseigne.

Ci-dessous quelques dispositifs concernant du scellé au sol pris lors de cette visite afin de se rendre compte de l'impact sur le paysage.



3.4 Publicité :

Le public a été informé de cette enquête :

- par voie d'affichage dans les 43 mairies du territoire du Grand Périgueux et au siège du Grand Périgueux

Vingt-deux communes et le siège de la CAGP ont produit un certificat d'affichage, ils sont intégrés au présent rapport. (PJ n° 4)

J'ai constaté l'affichage au siège du Grand Périgueux et je suis allée à la mairie de Trélissac, compte tenu de l'étendue du territoire, je n'ai pas fait la vérification pour l'ensemble des communes.

Mairie de Trélissac

Siège du Grand Périgueux



- sur le site internet de la CAGP à l'adresse suivante : <http://www.grandperigueux.fr>
- par voie de presse dans deux journaux d'annonce légale :

Journaux	Date de 1 ^{er} parution	Date de 2 ^{eme} parution
Sud-Ouest	16 octobre 2022	7 octobre 2022
Réussir le Périgord	17 octobre 2022	7 octobre 2022

Les copies des avis d'insertion sont intégrées au rapport en pièces jointes. (PJ n°3)

3.5 Permanences

Conformément à l'arrêté de prescription de l'enquête publique, j'ai tenu quatre permanences au siège du Grand Périgueux

- le lundi 3 octobre 2022 de 9 h 00 à 12 h 00 –Jour d'ouverture de l'enquête,
- le mardi 11 octobre 2022 de 14 h 00 à 17 h 00,
- le jeudi 20 octobre 2022 de 14 h 00 à 17 h 00,
- le vendredi 4 novembre 2022 de 9 h 00 à 12 h 00 – dernier jour de l'enquête,

Je n'ai reçu aucune visite lors de mes deux premières permanences, le jeudi 20 octobre, j'ai reçu les représentants du syndicat de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) venus faire une

présentation du dossier déjà envoyé par courrier électronique, et le dernier jour, deux personnes se sont présentées.

3.6 Clôture de l'enquête :

Conformément à l'article 7 de l'arrêté d'ouverture de l'enquête, j'ai clôturé et signé le registre d'enquête le vendredi 4 novembre à 12 h, à la fin de ma permanence.

J'ai récupéré le dossier ainsi que le registre d'enquête et les courriers annexés afin de rédiger le procès-verbal de synthèse.

IV LES OBSERVATIONS

4.1 Bilan comptable et analyse :

Il s'établit comme suit

Support	Nombre
Registres papier	0
Courrier	1
Courriels	2
Registre dématérialisé	3
Total	6

Les observations ont été reprises dans un tableau annexé au procès-verbal de synthèse. Elles ont été enregistrées par nature de support, puis par ordre chronologique d'arrivée en précisant la mention : CE : courrier électronique, RD : registre dématérialisé, CP : courrier postal. Les observations comportant plusieurs thèmes ont été déclinées en alinéas, ce qui représente pour 6 contributions un total de 33 propositions ou observations.

La majorité de ces observations émanent des associations de défense du paysage et des professionnels de publicité dont la position est opposée.

Les principaux points de désaccord sont :

- l'interdiction du scellé au sol,
- la surface des affiches,
- la publicité lumineuse,

L'enquête publique du RLPI étant couplée avec celle relative à un permis d'aménager Créavallée, deux registres étaient donc accessibles sur une période quasi identique.

L'ATD 24, maître d'ouvrage, en charge des registres dématérialisé indique ne pas disposer du détail des connexions par registre, mais durant la période d'ouverture du registre relatif au RLPI, les registres ont été consultés 885 fois, ce qui représente un nombre important de

personnes qui se sont intéressés à l'une ou l'autre des enquêtes sans toutefois déposer d'observations. Il est dommage de pas bénéficier du détail de chaque registre.

Au regard de l'information donnée sur ce projet, de la faible participation et des contributions déposées, il est permis de penser que ce projet est globalement accepté par une majorité du public

4.2 Le procès-verbal de synthèse :

Le 10 novembre, soit 6 jours après la fin de l'enquête, j'ai remis à Mme FAILLY, Directrice de l'Urbanisme à la CGAP le procès-verbal de synthèse des observations. Il comporte 33 observations ou proposition et trois questions du commissaire enquêteur. Il est joint au présent rapport (annexe n°1)

4.3 Le mémoire en réponse :

Le mémoire en réponse m'a été transmis par mail en date du 23 novembre 2022 ; Son analyse montre que la CAGP a répondu à chacune des observations avec une réponse claire argumentée, et cohérente avec les objectifs, en proposant pour certains points de les remettre en débat avec les élus.

Les réponses apportées à mes questions répondent à mes interrogations, en particulier sur les publicités lumineuses éclairées par projection ou transparence qui sont permises dans les agglomérations de moins de 10 000 h par application du dernier alinéa de l'article R 581-34 du code de l'environnement, ainsi que sur la proposition de rajouter dans le règlement un article spécifique aux enseignes temporaires.

4.4 Conclusions et avis motivé :

Les conclusions sont indissociables du rapport, en application de l'article R 123.19 du code de l'Environnement, elles font l'objet d'un dossier séparé joint au présent rapport.

Le 29 novembre 2022
La commissaire enquêteuse
Josette COUDERC