

ANNEXE N° 2 : Réponse du Grand Périgueux aux remarques de l'enquête publique

CP : courrier postal – CE : courrier électronique – RD : registre dématérialisé


LISTE DES OBSERVATIONS DEPOSEES PENDANT L'ENQUETE			
N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
<u>05 octobre 2022</u> N° 1 a CE	Paysages de France	a) règle de densité : préconise de n'autoriser l'installation d'une publicité que pour les unités foncières dont la longueur bordant la voie publique est au minimum de 50 m	Cette proposition n'est pas adaptée au contexte local qui comporte une majorité de linéaire inférieur à 50 mètres. La prise en compte de cette règle reviendrait à une quasi-interdiction générale de publicité. Cela n'est juridiquement pas envisageable. Le RLPi a renforcé la règle de densité du code de l'environnement dans ces articles P2.3 et P3.3.
N° 1 b CE	Paysages de France	b) Préconise de conserver l'interdiction de toute publicité scellée au sol	Ce choix fort permet une harmonisation sur l'ensemble du territoire intercommunal (parties agglomérées). Cette règle a été maintenue afin de ne pas bouleverser l'équilibre trouvé dans le projet arrêté et de ne pas contribuer à des différences de traitement du paysage entre communes du Grand Périgueux (objectif d'harmonisation).
N°1 c CE	Paysages de France	c) préconise d'interdire toute publicité dans les lieux mentionnés à l'article L 581- 8	Cette interdiction demeure applicable sur l'ensemble du territoire excepté pour les emplacements réservés à l'affichage libre et la publicité sur le mobilier urbain afin de garantir une bonne continuité des informations locales transmises par ces deux modes d'affichage particuliers. Les autres formes de publicités demeurent interdites.

N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
N° 1 d CE	Paysages de France	d) préconise d'interdire la publicité numérique	Une interdiction totale de la publicité numérique est juridiquement risquée et non nécessairement justifié par un contexte local particulier. C'est pour cette raison que plutôt que de l'interdire totalement de fortes restrictions ont été mises en place sur cette forme de publicité (plage d'extinction nocturne et règles sur les publicités lumineuses et notamment numériques).
N° 1 e CE	Paysages de France	e) préconise de limiter à 12 m2 la publicité sur les bâches de chantier	Cette disposition a été retenue dans la version pour approbation : limitation à 12 m ² de la publicité sur bâche de chantier à Périgueux. Elles sont relativement rares et uniquement autorisées à Périgueux.
N° 1 f CE	Paysages de France	f) préconise de limiter la publicité sur mobilier urbain à 2 m2 maxi en toutes zones	Cette proposition a déjà été étudiée lors de la concertation avec les communes mais n'a pas été retenue par les élus car certains contrats de mobiliers urbains de grand format courent encore dans les prochaines années.
N° 1 g CE	Paysages de France	g) Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de la circulation	N° Observation
N° 1 h CE	Paysages de France	h) Instaurer une règle de densité ou une limitation par rapport au nombre d'habitant	Les règles de densité se basent sur le linéaire de l'unité foncière conformément à l'article R581-25 du code de l'environnement. L'usage d'une autre référence (nombre d'habitant, linéaire de façade, interdistance, etc.) est dès lors totalement exclu.

N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
N° 1 i CE	Paysages de France	i) Interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglos de – de 10 000 h – afin de respecter le Code de l’Environnement	Cela instaurerait une différence entre Périgueux et les autres agglomérations sur le mode de gestion du mobilier urbain. Cela est contraire à l’objectif d’harmonisation intercommunale recherchée par le RLPi.
N° 1 j CE	Paysages de France	j) limiter la surface des enseignes à : - 6 m2 pour les façades > à 50 m2 - 4 m2 pour les façades < à 50 m2	Les seuils proposés par l’association ne relèvent pas d’une analyse contextualisée des enseignes du Grand Périgueux, mais d’une proposition générale formulée systématiquement (proposition faite lors de la concertation également). Dès lors, il semble très arbitraire de fixer à 4 ou 6 m2 des surfaces d’enseignes. La règle de surface cumulée figurant à l’article R581-63 du code de l’environnement est suffisante pour garantir un cadre de vie de qualité aux habitants du Grand Périgueux.
N° 1 k CE	Paysages de France	k) Imposer l’extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l’établissement à 1 h avant l’ouverture	Cette proposition a été étudiée lors de la concertation, mais son application est trop complexe. En effet, cela nécessite de connaître tous les horaires de tous les établissements lors des contrôles. C’est pour cette raison que le choix s’est portée sur une plage d’extinction fixe renforcée à 22h-6h au lieu d’1h-6h.
N° 1 l CE	Paysages de France	l) Interdire les enseignes scellées au sol sauf si l’enseigne sur façade n’est pas visible de la voie publique	Cette proposition n’a pas été retenue car elle est trop restrictive notamment en zones d’activités. D’autre part, les enseignes scellées/posées au sol sont très limitées par le projet de RLPi.
N° 1 m CE	Paysages de France	m) appliquer aux enseignes temporaires les dispositions concernant les enseignes permanentes	Cette proposition n’a pas été retenue car elle limiterait trop la publicité relative à certaines manifestations locales (loto, vide greniers, fête locale, etc.). Dans le RLPi, les enseignes temporaires font toutefois l’objet des mêmes interdictions que

			les enseignes « permanentes ». Par souci de clarté, un article E8 pourra être dédié aux enseignes temporaires dans le RLPI.
N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
N° 1 n CE	Paysages de France	<p>n) - Interdire les publicités et enseignes numériques placées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et visible d'une voie publique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoriser uniquement les dispositifs éclairés par projection ou transparence au format maxi de 1 m2 - Appliquer à ces dispositifs les règles d'extinction des publicités lumineuses 	Le RLPI du Grand Périgueux s'est saisi de ce sujet dans sa rédaction actuelle. Ces dispositifs numériques seront limités en format (1 m2) et soumis à la plage d'extinction nocturne (22h-6h). La loi Climat et Résilience ne permet pas leur interdiction totale.
<p><u>19 Octobre 2022</u></p> <p>N°2 a CE</p>	Syndicat UPE	<p>a) Seuil de population : Le rapport de présentation indique que toutes les agglomérations présentes sur le territoire intercommunal comptent moins de 10 000 habitants à l'exception de l'agglomération principale de Périgueux et qu'il n'existe pas d'unité urbaine de plus de 100 000 h. S'agissant de l'agglomération de Boulazac, le recensement de 2015 avant la création de la nouvelle commune fait état de 10 510 h, avec la création de la nouvelle commune Boulazac, Isle, Manoire en 2016, l'UPE pense pouvoir raisonnablement en conclure que cette agglomération compte aussi à ce jour plus de 10 000 h</p> <p>Demande :</p> <ul style="list-style-type: none"> - que les différentes aggllos soient clairement définies géographiquement et leur population décomptée afin de justifier ce choix <p>Suggère :</p> <ul style="list-style-type: none"> - que Boulazac soit intégré en ZP 3 (agglo de + de 10 000 h) 	<p>Le site de l'INSEE donne 11 078 habitants pour l'ensemble de la commune nouvelle de Boulazac-Isle-Manoire en 2019 – dernier recensement disponible : https://www.insee.fr/fr/statistiques/6005800?geo=COM-24053</p> <p>Or, la commune de Boulazac-Isle-Manoire comporte plusieurs agglomérations : Atur, Boulazac, Saint-Laurent-sur-Manoire, Ste marie de Chignac. Aucune de ces agglomérations prise séparément ne comporte plus de 10 000 habitants. Pour plus de détails sur la notion d'agglomération, le guide de la publicité extérieure notamment les pages 15 et 16 : https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/Guide%20pratique%20-%20La%20r%C3%A9glementation%20de%20la%20publicit%C3%A9%20ext%C3%A9rieure%20-%20Avril%202014.pdf</p> <p>Dès lors, les demandes de l'UPE sur ce point ne sont pas recevables.</p>

N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
N° 2 b CE	Syndicat UPE	<p>b) En zone ZP3 correspondant à l'agglomération de Périgueux (+ de 10 000 h) le projet de règlement interdit les dispositifs scellés au installés directement au sol, (Art P3.2) et n'autorise uniquement les dispositifs muraux avec une surface maximum de 4 m2 (Art P3.2)</p> <p>Les dispositifs muraux sont de plus en plus rares du fait de leur interdiction sur les façades à vocation commerciale, des transformations urbaines, plus de collectifs et moins de constructions individuelles entraine la raréfaction des murs aveugles, ce qui cumulé avec l'interdiction des scellées au sol conduit à terme à la suppression de toute publicité en ZP3</p> <p>Suggère :</p> <p>- La réintroduction des scellés au sol associé à une règle de densité : 1 dispositif scellé au sol par unité foncière si le linéaire sur rue de cette unité est supérieur à 20 m</p> <p><u>Lors de la réunion de concertation, le scellé au sol restait possible avec du 4 m2</u></p>	<p>La publicité scellée au sol n'est autorisée qu'à Périgueux (partie ZP3) par le code de l'environnement. Cela représente une petite partie des zones agglomérées du territoire intercommunal. Mais le risque est grand que l'ensemble des publicités scellées au sol actuellement se reporte dans cette zone car elles ne sont plus autorisées dans les autres communes par application du code de l'environnement. Ainsi, le RLPi a cherché à limiter ce risque en harmonisant les règles entre la ZP3 et les ZP1 et ZP2 où ces publicités sont interdites. D'autre part, il s'agit de la catégorie de publicité avec le plus fort impact sur la cadre de vie car elles ferment des points de vue dans la ville centre où le bâti est dense. Cette disposition a été proposée lors de la concertation par une association et a été retenue par les élus lors de l'arrêt du projet.</p>
N°2 c CE	Syndicat UPE	<p>c) L'article P0.3 du futur règlement indique que la surface maximale hors tout d'un dispositif publicitaire autorisé sur le territoire est de 4 m2,</p> <p>Ce qui se lit en 8 m2 à cette distance ne se lit pas en milieu urbain en format 4 m2, les rares essais d'implantation de dispositifs 4 m2 en milieu urbain sont des échecs, l'annonceur se détourne de ce média au profit de médias concurrents</p>	<p>Le passage à un format supérieur à 4 mètres carrés en ZP3 vient rompre l'harmonisation des formats travaillée sur l'ensemble du territoire intercommunal dans le RLPi. Cette proposition conduirait de fait à concentrer la pollution visuelle dans la ville-centre ce qui n'est pas l'objectif recherché.</p>

		<p>Exemple :</p>  <p>Format d'origine, 8 m² d'affiche</p> <p>Format d'affiche 4 m²</p> <p>LISIBILITÉ DÉGRADÉE</p> <p>UPE - Octobre 2022</p> <p>Suggère : L'instauration en ZP3 d'un format d'affiche 8 m²/dispositif à 10.50. m²</p>	
N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
N° 2 d CE	Syndicat UPE	<p>d) L'article P0.7 du futur règlement relatif aux publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique indique qu'elles ne peuvent excéder 1m² de surface cumulée.</p> <p>Ces matériels sont de différentes tailles car ils peuvent répondre à des objectifs variés, annonces immobilière, horaires, informations produits, ayant un format standard ou non</p> <p>Suggère :</p> <ul style="list-style-type: none"> - de fixer une surface cumulée à 2 m² du ou des dispositifs, dans un objectif de simplification réglementaire et d'y associer les règles d'extinction prévues dans les dispositions générales. 	<p>L'article P0.7 renvoie à l'application de la plage d'extinction définit à l'article P0.6. Ainsi, les publicités lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique sont soumises à l'extinction nocturne.</p> <p>D'autre part, le format (surface cumulée) a été harmonisé avec les enseignes à 1 mètre carré dans l'ensemble du projet.</p>

N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
N°2^e CE	Syndicat UPE	<p>e) En zone ZP1 et ZP2 les bâches comportant de la publicité sont interdites (Art P1.6-P2.6) En ZP3 elles sont autorisées si leur surface n'excède pas 4 m2, Limiter les bâches à 4 m2 revient à les interdire, en application de l'article L 581-9 du code de l'environnement elles sont soumises à autorisation du maire au cas par cas, par principe il convient de ne pas interdire ces outils de communication qui sont soumis à autorisation préalable. Par ailleurs, il convient de tenir compte des événements sportifs ou culturels qui peuvent être organisés</p> <p>Suggère : Permettre l'implantation des bâches publicitaires en toute zone et appliquer le règlement national de publicité pour ces dispositifs car les collectivités maîtrise ce type de dispositifs via le régime de l'autorisation au cas par cas.</p>	<p>Les bâches publicitaires ne peuvent être autorisées en toute zone dans la mesure où le code de l'environnement les interdit dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants (soit la ZP2).</p> <p>En ZP1, elles sont interdites par application de l'article L581-8 du code de l'environnement à propos duquel le Grand Périgueux n'a pas dérogé s'agissant des bâches publicitaires (dans une optique d'éviter des bâches en secteur patrimonial).</p> <p>Le choix de limiter le format des bâches publicitaires à 4 mètres carrés en ZP3 correspond à l'harmonisation de cette forme de publicité avec les autres publicités (murales notamment).</p> <p>De plus, le fait de soumettre l'implantation d'une bâche à autorisation ne dispense nullement de fixer des règles locales. En effet, celles-ci permettront à l'autorité autorisant la bâche de motiver son acceptation ou son rejet.</p>
N°2 f CE	Syndicat UPE	<p>f) Domaine ferroviaire en gare y compris parvis Pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que sur les parvis, les règles pourraient être les suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée - autorisation des dispositifs publicitaire numériques dans un format de 2 m2 	<p>Le domaine ferroviaire ne comporte pas de dispositifs publicitaires sur ces quais. C'est pourquoi, il n'a pas été envisagé de distinguer ce secteur des autres zones de publicité. La publicité numérique est autorisée en ZP3 conformément à l'article P3.5.</p>

N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
03/11/2022 N° 3 CE	M. Alain DAUDE rapporteur du groupe de travail CODEV RLPi	Doublon : le courrier transmis est identique à celui reçu par voie postale le 19/10/22 et enregistré sous le numéro 1 CP ci-dessous	Voir réponse ci-dessus
<u>07 octobre 2022</u> N° 1 RD	Anonyme	<i>Je propose l'interdiction des panneaux publicitaire lumineux (Écrans LED, ou panneaux retro-éclairé). Malgré l'argument de la LED pour une faible consommation énergétique, la future multiplication des ces dispositif entraine un impact non négligeable. Consommation énergétique (à l'utilisation ET à la production). Pollution lumineuse la nuit. Apport d'un risque pour la sécurité routière, quand des images en mouvement peuvent détourner l'attention des conducteurs. Et enfin le sentiment d'être assujettis à une publicité à laquelle on ne peut se soustraire. Cette proposition inclus tous les dispositifs visibles depuis la voie publique (y compris les panneaux placés derrière les vitrines des magasins.)</i>	La publicité lumineuse ne peut être totalement interdite dans un RLPi conformément à la jurisprudence. Toutefois, le RLPi a cherché à en limiter l'impact en renforçant la plage d'extinction nocturne et en réduisant les formats ce qui permet de converger vers une protection beaucoup plus forte qu'actuellement.
N° 2 RD	Anonyme	Doublon de l'observation n° 1 du RD ci-dessus	Voir réponse ci-dessus
<u>22 octobre 2022</u> N° 3 RD	M. DELALANDE Association Paysage de France	Doublon avec le courrier électronique déjà reçu et dont les observations et propositions sont reprises ci-dessus en Obs n° 1 CE	Voir réponse ci-dessus

N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
<u>19 Octobre 2022</u> N° 1 a CP	Conseil de développement du Grand Périgueux (CODEV)	a) La politique du « zéro scellé au sol » peut créer, en réaction, une multiplication de panneaux sur le bâti. Proposition du CODEV : Le projet devrait inscrire dans le règlement une limitation de la densité, par exemple en interdisant toute nouvelle installation de panneaux muraux sur les habitations (Art P2.3 et P3.3)	Les articles P2.3 et P3.3 renforcent largement la règle de densité nationale (art. R581-25 du code de l'environnement). Cela limite fortement le déploiement de nouvelles publicités sur mur (même si des murs aveugles sans publicité aujourd'hui pourraient en comporter demain). Juridiquement, il n'est pas possible d'interdire de nouvelles implantations sur des murs non occupés. En effet, cela consacre le monopole des sociétés préalablement implantées et constitue donc une entrave à la libre concurrence.
N°1 b CP	CODEV	b) Harmoniser les supports publicitaires sur le mobilier urbain au sein d'une même commune afin de renforcer l'identité de la commune, la compréhension des messages et l'esthétique. Le Grand Périgueux pourrait accompagner les communes dans cette voie.	Le RLPi s'est attaché à harmoniser la publicité sur le mobilier urbain même s'il reste quelques différences. La plupart des communes ont les mêmes règles en vigueur s'agissant par exemple du format. Cette proposition peut être envisagée de manière plus large en dehors du RLPi (qui ne peut définir un mobilier spécifique ni une esthétique donnée). En revanche, la commune peut fixer un cahier des charges lorsqu'elle consulte les entreprises et demander un mobilier standardisé. Cela pourrait même s'envisager à l'échelle communautaire.
N° 1 c CP	CODEV	c) Lors de la concertation, différents acteurs ont souligné la nécessité de mettre en place un pouvoir de police pour faire respecter efficacement les dispositions du RLPi, notamment les délais de mise en conformité. Le pouvoir de police relatif à la publicité reviendra aux maires à partir du 1er janvier 2024. Le Conseil de développement souhaite attirer l'attention sur une mesure chronophage et compliquée (notamment pour les petites communes manquant de moyens humains) et électoralement embarrassante pour les maires. Le Conseil de	Cette proposition porte sur la mise en œuvre du RLPi lorsque celui-ci sera approuvé. En effet, cela nécessite des moyens pour être mis efficacement en œuvre. Toutefois, l'enquête publique porte sur le dossier de RLPi arrêté et non sur l'application future de ce document.

		développement préconise que le Grand Périgueux prenne en main cette compétence, et lui alloue des moyens humains et juridiques pour permettre de faire appliquer les mises en conformité dans les délais indiqués (par le biais de rappels à l'ordre ou d'amendes par exemple)	
N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
N°1 d CP	CODEV	<p>d) LE CODEV propose de reprendre certaines propositions de la Convention Citoyenne pour le Climat <u>Proposition C2.2 de la CCC</u></p> <p><i>« Réguler la publicité pour limiter fortement les incitations quotidiennes et non-choisis à la consommation »</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Même si cet objectif est en partie atteint, demande à la ville de Périgueux, concerné en ZP3, d'aller plus loin et de limiter la taille des publicités sur le mobilier urbain à 2 m2 dans le prochain contrat de gestion - demande à l'ensemble des communes d'appliquer dans la rédaction de tous les prochains contrats de gestion avec les annonceurs les préconisations suivantes : - limiter la publicité à la face externe des abris bus - réserver les emplacements dans le sens de circulation aux informations municipales et aux associations sans but lucratif, limiter la publicité à l'envers de ces mobiliers 	<p>Sur le format de la publicité sur le mobilier urbain en ZP3, la Ville souhaite maintenir à 8 m² la publicité sur mobilier urbain.</p> <p>Sur les demandes au sein des contrats de mobilier urbain, cela sera à voir avec chaque commune (mais demeure en dehors du champ de cette enquête publique : les contrats ne faisant pas partie du RLPi arrêté et soumis à enquête).</p>
N°1 e CP	CODEV	<p>e) Proposition C2.1 de la CCC</p> <p><i>« Interdire de manière efficace et opérante la publicité des produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre (GES) sur tous les supports »</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Interdire dès que possible ou dans les prochains contrats passés avec les annonceurs les publicités pour les SUV, voyages en avions, etc.... 	<p>Cette proposition ne peut figurer dans le RLPi qui ne règlemente pas le contenu des publicités. Cela est à voir dans les contrats de mobilier urbain au cas par cas. On rappellera toutefois qu'il existe de nombreuses règles relatives au code de la route, au code de la santé publique qui fixent de nombreuses limites au contenu du message publicitaire</p>

			(limitation de la publicité pour l'alcool, interdiction de la publicité pour le tabac, les armes, etc.).
N° Observation	Nom du contributeur	Proposition/Observation	Réponse Grand Périgueux
N°1 f CP	CODEV	f) Proposition C2.3 de la CCC « <i>Mettre en place des mentions pour inciter à moins consommer</i> » Pour être plus visibles et lues, elles devraient être apposées sur la face interne des abris voyageurs, à mettre en place dès que possible juridiquement sinon dans les prochains contrats.	Cette proposition ne peut figurer dans le RLPI qui ne règlemente pas le contenu des publicités. Cela est à voir dans les contrats de mobilier urbain au cas par cas.
N°1 g CP	CODEV	g) <u>Extinction nocturne publicité</u> : propose de commencer la plage horaire d'extinction nocturne à 20 heures pose également la question sur la saisonnalité de la mesure, le soleil se couchant plus tôt en hiver, ne faut-il pas abaisser l'heure d'extinction des publicités lumineuses en cette saison ?	La plage d'extinction a été fixée de 22h à 6h soit plus restrictivement que le règlement national. Pour la saisonnalité, il convient d'être vigilant pour ne pas avoir une plage trop complexe, ni tendre vers une interdiction totale de la publicité lumineuse.
N° 1 h CP	CODEV	h) <u>Extinction nocturne enseignes</u> : Propose que tous les magasins et entreprises éteignent leur enseignes 1 h après la fermeture	Cette proposition a été étudiée lors de la concertation mais son application est trop complexe. En effet, cela nécessite de connaître tous les horaires de tous les établissements lors des contrôles. C'est pour cette raison que le choix s'est portée sur une plage d'extinction fixe renforcée à 22h-6h au lieu d'1h-6h.
N° 1 i CP	CODEV	i) Le projet de RLPI va contraindre des entreprises à retirer des panneaux publicitaires ou à en changer. Sur qui repose le coût de retrait ou de modification des panneaux ? Le publiciste, le propriétaire du terrain, l'entreprise ? N'existe-t-il pas un risque de triple-peine pour le propriétaire et notamment pour les très petites entreprises (retrait d'un outil de communication + perte de l'investissement lié au panneau + coût des travaux) ? Ne serait-ce pas envisageable de proposer un	La charge du retrait d'une publicité ou préenseigne porte sur l'afficheur qui exploite le réseau. La suppression de certaines préenseignes peut s'accompagner de la mise en place de Signalisation d'Information Locale (utiles aux touristes, aux personnes de passage : hôtels, restaurants, garage, produits du terroir, etc.).

		accompagnement financier pour les très petites entreprises et/ou les entreprises locales financièrement fragiles ? De même, dans les zones rurales où des entreprises locales sont situées sur des axes peu empruntés, celles-ci deviendront très peu visibles, ce qui pourrait par exemple mettre en difficulté leur vente directe (aux touristes notamment). Le CODEV demande aux communes d'indiquer clairement dans leur signalétique routière toute entreprise locale isolée (agricole par exemple) qui en font la demande, depuis les grands axes fréquentés.	
N° 1 j C	CODEV	j) Le Conseil de développement se demande si la communication des associations dans les communes sera concernée par ce projet. En effet, les bâches publicitaires ou autres affichages sauvages permettent à nombre de structures d'accroître la fréquentation de leurs événements (lotos, marchés gourmands, fêtes de village, etc..). Si les bâches sont en effet interdites, ne faudrait-il pas que le Grand Périgueux accompagne les communes, et les aide à se coordonner, pour créer des espaces d'informations dédiés aux associations à but non lucratif et à s'équiper en mobilier urbain adéquat, dans des emplacements prévus à cet effet et pertinent en matière de visibilité	En effet, il convient d'envisager la mise en place d'emplacements tel que prévu par le code de l'environnement (L581-13 C. Env.) pour la publicité des associations sans but lucratif. Ceux-ci peuvent également être complétés par des mobiliers urbains prévus à cet effet (articles R581-45 et 46 par exemple)
03/11/2022 N° 2 C R + AR	JC Decaux France	Relèvent dans le projet de RLPi certaines dispositions à adapter : 1) approuve la levée d'interdiction relative à la publicité prévue à l'article L 581-8.1 du C.E aux abords des SPR et ZP1 2) demande la levée de l'interdiction de la publicité numérique sur le mobilier urbain en ZP33) 3) demande d'appliquer la réglementation nationale en matière d'extinction de la publicité lumineuse : entre 1 heure et 6 heures.	La plage d'extinction nocturne proposée (code de l'environnement) n'est pas adaptée à celle arbitrée par les élus du Grand Périgueux qui souhaitent aller plus loin sur ce point que la seule application du RNP. La publicité numérique sur le mobilier urbain est autorisée en ZP3.

Envoyé en préfecture le 06/07/2023

Reçu en préfecture le 06/07/2023

Publié le



ID : 024-200040392-20230622-DD2023_078-DE