



EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS

CLERMONT AUVERGNE MÉTROPOLE
CONSEIL MÉTROPOLITAIN DU 24 FÉVRIER 2023 À 08 H15

Séance présidée par Olivier BIANCHI

Date de la convocation : 17/02/23

**APPROBATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI)
DE CLERMONT AUVERGNE MÉTROPOLE**

DÉLIBÉRATION N°DEL20230224_015

Commission principale : 4 Urbanisme

Rapporteur : Christine MANDON.

Le Conseil métropolitain de la Métropole clermontoise s'est réuni le 24 février 2023 à 08 H15
avenue de l'Union Soviétique à Clermont-Ferrand.

Conseillers en
exercice :
84
Conseillers
présents :
68
Conseillers
représentés :
16
Total votants :
84

Conseiller(e)s présent(e)s :

Olivier BIANCHI, François RAGE, Louis GISCARD D'ESTAING, Christine MANDON, Hervé PRONONCE, Henri GISSELBRECHT, Anne-Marie PICARD, Jean-Marc MORVAN, René DARTEYRE, Flavien NEUVY, Laurent BRUNMUROL, Christophe VIAL, Serge PICHOT, Sylvain CASILDAS, Aline FAYE, Jean-Marie VALLÉE, Odile VIGNAL, Isabelle LAVEST, Cyril CINEUX, Laurent GANET, François CARMIER, Eric GRENET, Richard BERT, Cécile AUDET, Grégory BERNARD, Marion CANALES, Blandine GALLIOT, Nicolas BONNET, Chantal LAVAL, Florent GUITTON, Christine PEROL BEYSSI, Dominique ADENOT, Christophe BERTUCAT, Dominique BRIAT, Sondès EL HAFIDHI, Claudine KHATCHADOURIAN-TECER, Wendy LAFAYE, Pierre SABATIER, Nathalie CARDONA, Cécile BIRARD, Bernard BARRASSON, Philippe MAITRIAS, Christine FAURE, Jean-Christophe CERVANTÈS, Samir EL BAKKALI, Sylvie DOMERGUE, Jean PICHON, Luc LEVI ALVARES, Sylvie VIEIRA DI NALLO, Chantal LELIÈVRE, Rémi CHABRILLAT, Anne-Laure STANISLAS, Claire BRIEU, Jérôme AUSLENDER, Charles DUBREUIL, Julien BONY, Jean-Pierre BRENAS, Cécile LAPORTE, Catherine PINET-TALLON, Christine BIGOURET, Jocelyne CHALUS, Claude AUBERT, Marie DAVID, Julie DUVERT, Fatima BISMIR, Stanislas RENIÉ, Fatima CHENNOUF-TERRASSE, Diego LANDIVAR

Conseiller(e)s avant donné pouvoir :

Marcel ALEDO pouvoir à Jean-Marc MORVAN
Christine DULAC-ROUGERIE pouvoir à Isabelle LAVEST
Alain FAGONT pouvoir à Christine MANDON
Magali GALLAIS pouvoir à Samir EL BAKKALI
Lucie MIZOULE pouvoir à Cyril CINEUX
Patrick NÉHÉMIE pouvoir à Luc LEVI ALVARES
Fabienne THOULY-VOUTE pouvoir à Henri GISSELBRECHT
Hélène VEILHAN pouvoir à Anne-Laure STANISLAS
Marion BARRAUD pouvoir à Rémi CHABRILLAT
Estelle BRUANT pouvoir à Odile VIGNAL
Vincent SOULIGNAC pouvoir à Nicolas BONNET
Thomas WEIBEL pouvoir à Claire BRIEU
Jean-Paul CORMERAIS pouvoir à Cécile LAPORTE
Jacqueline BOLIS pouvoir à Hervé PRONONCE
Eric FAIDY pouvoir à Fatima BISMIR
Marianne MAXIMI pouvoir à Diego LANDIVAR

**APPROBATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL (RLPI)
DE CLERMONT AUVERGNE MÉTROPOLE**

Le Conseil métropolitain ;

Vu le Code de l'environnement et notamment les articles L.581-1 et suivants ;

Vu le Code de l'urbanisme et notamment les articles L.153-11 à L.153-26 ;

Vu le Code général des collectivités territoriales ;

Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE) ;

Vu la loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique ;

Vu la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets ;

Vu le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes ;

Vu le décret n°2017-1778 du 27 décembre 2017 portant création de la Métropole dénommée «Clermont Auvergne Métropole» ;

Vu les 12 Règlements Locaux de Publicité en vigueur sur le territoire de Clermont Auvergne Métropole ;

Vu la délibération du Conseil métropolitain du 29 juin 2018 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de Clermont Auvergne Métropole, définissant les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation et arrêtant les modalités de collaboration entre la Métropole et les communes membres ;

Vu la délibération modificative du Conseil métropolitain en date du 2 avril 2021 de la délibération de prescription du 29 juin 2018 et portant sur les modalités de concertation complémentaires et les modalités de collaboration entre la Métropole et les communes membres ;

Vu la délibération du Conseil métropolitain en date du 28 mai 2021 prenant acte du débat sur les orientations générales du projet de RLPi ;

Vu la délibération du Conseil métropolitain en date du 4 mars 2022 arrêtant le bilan de la concertation et le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de Clermont Auvergne Métropole ;

Vu l'ordonnance en date du 28 avril 2022 de Monsieur le Président du Tribunal Administratif de Clermont-Ferrand désignant Monsieur Bernard GRUET en qualité de commissaire-enquêteur ;

Vu l'arrêté en date du 27 juin 2022 prescrivant l'enquête publique portant sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de Clermont Auvergne Métropole ;

Vu les avis émis par les personnes publiques associées joints au dossier d'enquête publique ;

Vu le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur datés du 26 octobre 2022 remis à Clermont Auvergne Métropole ;

Vu la réunion avec les professionnels de l'affichage extérieur qui s'est tenue le 16 novembre 2022 ;

Vu l'avis de la réunion politique d'arbitrage du 9 novembre 2022 ;

Vu la Conférence Intercommunale des Maires du 2 décembre 2022 ;

Vu le dossier de RLPi annexé à la présente délibération ;

Considérant que les travaux de co-construction avec les communes et les différents partenaires (professionnels et associatifs) ainsi que la concertation conduite auprès du public ont permis d'élaborer un RLPi qui répond aux objectifs assignés en conciliant protection du cadre de vie et liberté d'expression ;

Considérant que le projet de RLPi va permettre de préserver l'attractivité de la Métropole tout en apaisant les paysages urbains au regard de l'affichage extérieur, via une harmonisation de l'encadrement et du traitement de ce dernier sur le territoire et ce, tout en prenant en considération les spécificités et enjeux induits par les différentes ambiances et fonctions des tissus composants la Métropole.

1- Le contexte

Clermont Auvergne Métropole est concernée par douze Règlements Locaux de Publicité communaux (RLP). Ces différents règlements ne couvrent qu'une partie du territoire métropolitain et sont en outre souvent obsolètes ou ne correspondent plus aux exigences du territoire en matière de préservation de l'environnement, du patrimoine et des paysages. De surcroît, en vertu de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE), la caducité des RLP devait survenir le 13 juillet 2020. Toutefois, la loi n°2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique a reporté cette caducité des documents actuellement encore en vigueur, au 13 juillet 2022. Depuis cette date, à défaut de RLPi approuvé, la réglementation nationale s'applique.

Aussi, en application de la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement (ENE), Clermont Auvergne Métropole, compétente en matière de Plan local d'Urbanisme (PLU) a prescrit par délibération en date du 29 juin 2018 l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), ainsi que les modalités de concertation avec le public, et les modalités de collaboration entre la Métropole et les communes membres. Une délibération modificative de la délibération prescriptive a été prise en date du 2 avril 2021, de façon à préciser des modalités de concertation complémentaires, ainsi que les modalités de collaboration entre la Métropole et les communes membres, dans le contexte de crise sanitaire.

Le RLPi permet d'adapter aux spécificités locales, la réglementation nationale régissant toute installation de publicité, d'enseigne ou de pré-enseigne, visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique. Il doit poursuivre un objectif de protection du cadre de vie, de mise en valeur du paysage, tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie.

Le RLPi est élaboré conformément à la procédure d'élaboration des PLU, et deviendra une annexe des PLU communaux puis, du futur PLUI, une fois qu'il aura été approuvé.

La délibération de prescription du RLPi a fixé les objectifs suivants :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie et valoriser les paysages et le patrimoine de la Métropole.
- Traiter les entrées de ville commerciales pour mieux maîtriser la publicité, enseigne et pré-enseigne sur ces secteurs. Proposer des dispositions adaptées sur les communes les plus concernées par ces activités commerciales : Aubière, Lempdes, Cournon-d'Auvergne, Clermont-Ferrand...
- Adapter les prescriptions (forme, type, taille, positionnement..) aux entités urbaines qui seront dégagées suite au diagnostic et éviter ainsi les effets de seuil entre les cœurs de ville protégés et le reste de la ville, dont les secteurs résidentiels (dispositions constatées dans les RLP communaux).
- Rechercher une harmonisation des dispositifs à l'échelle de la Métropole (habillage, couleur, qualité des matériaux,...), ainsi que des dispositions communes sur certains secteurs : grands axes en entrée de ville, cœur de ville patrimonial, nature en ville,...
- Tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologies en matière d'affichage, de publicité (publicités numérique, covering grand format, publicité au sol...).
- Intégrer qualitativement les enseignes dans leur environnement architectural et urbain.
- Prendre en compte les exigences en matière de développement durable (réduction de la facture énergétique), pour ce qui concerne les dispositifs consommateurs d'énergie, source de pollution lumineuse (encadrement des seuils de luminance et des extinctions nocturnes).

- Le bilan de la concertation sur le projet de RLPI

Conformément aux articles L.153-8, L.153-11, L.103-2, L.103-3, L.103-4 et L.103-6 du Code de l'urbanisme, la concertation a été menée pendant toute la durée d'élaboration du RLPI, depuis la délibération du 29 juin 2018 lançant la procédure, jusqu'à l'arrêt du projet de RLPI en Conseil métropolitain, le 4 mars 2022. Les moyens de concertation et d'information déclinés ont permis d'informer régulièrement les habitants et les acteurs du territoire, et ont garanti la transparence de la démarche.

La délibération du Conseil métropolitain en date du 4 mars 2022 a tiré le bilan de la concertation, et a arrêté le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal de Clermont Auvergne Métropole à la majorité (80 pour, 3 contre).

2- Présentation synthétique du projet de RLPI en vue de son approbation

Le projet de RLPI arrêté par une délibération du Conseil Métropolitain du 4 mars 2022 est composé : du rapport de présentation, du règlement et des annexes, comportant les documents graphiques et les arrêtés municipaux de limites d'agglomération.

2.1. Le rapport de présentation

Il s'appuie sur un diagnostic, définit les objectifs et les orientations en termes d'implantation de l'affichage extérieur et d'intégration dans l'environnement, explique les choix réglementaires effectués, ainsi que les raisons ayant motivées la délimitation du zonage du projet de RLPI.

Le diagnostic a été réalisé sur les années 2018 et 2019 (mise à jour en 2020) et a fait l'objet de trois types d'analyses. Tout d'abord le contexte réglementaire a été étudié, afin de préciser les modalités d'application de la réglementation nationale, de façon à mettre notamment en exergue les invariants du projet et de dresser une analyse des RLP du territoire. Dans un second temps, les caractéristiques quantitatives et qualitatives du parc publicitaire et des enseignes du territoire métropolitain ont été étudiées. Une analyse cartographique et sensible a été établie, venant ainsi mettre en évidence les relations entre affichage extérieur et les paysages métropolitains. Enfin, le diagnostic dresse une analyse urbaine et paysagère de Clermont Auvergne Métropole qui, croisée avec les caractéristiques du parc métropolitain de dispositifs d'affichage, permet de mettre en avant les enjeux spécifiques au territoire, et auxquels doit répondre le RLPI. Les conclusions du diagnostic et le travail sur les enjeux qui s'en est suivi, ont permis de pré-dessiner les orientations.

Les grandes orientations ont fait l'objet d'un débat en Conseil métropolitain le 28 mai 2021. Les orientations débattues ont été les suivantes :

- Orientation 1 : les paysages et le patrimoine naturel emblématique : une identité à préserver ;
- Orientation 2 : les espaces urbains, d'activités et les grands axes : une image et une attractivité à valoriser ;
- Orientation 3 : les espaces du quotidien, patrimoine et centralités : une qualité à conforter ;
- Orientation transversale : vers un parc publicitaire et d'enseignes de qualité.

2.2. La traduction réglementaire

Le règlement s'organise en deux parties. La première dédiée à l'encadrement des publicités et des pré-enseignes, et la seconde aux enseignes. Chacune de ces parties dispose d'une première sous-partie définissant les règles communes applicables, quel que soit le lieu d'implantation du dispositif visé (dispositions générales), et la section suivante expose les règles spécifiques à chaque zone (dispositions spécifiques aux zones de publicité).

Les dispositions générales

Les dispositions générales visent à répondre à certains objectifs du RLPI, notamment l'ambition transversale instaurant des règles de qualité esthétique pour les dispositifs. Ces choix généraux traduisent également les volontés affichées dans les orientations de participer à la sobriété énergétique du territoire, à la préservation de la trame noire, de permettre une réglementation cohérente d'affichage au droit des axes structurants, ainsi que de favoriser un affichage qui s'intègre dans les ambiances urbaines et les pratiques de mobilité.

En ce qui concerne les enseignes, les dispositions générales renforcent également les lieux d'interdiction d'implantation et certaines typologies (dissimulation d'éléments d'architecture, balcons, clôtures aveugles, toiture, numériques...), mais viennent surtout renforcer la qualité, avec l'instauration de critères d'insertion architecturale (harmonisation avec les lignes de composition de la façade...), et donner un cadre pour chaque typologie d'enseigne afin de maîtriser leur esthétique et de favoriser un traitement, une dynamique homogène à l'échelle de la Métropole. De même que pour les publicités et les pré-enseignes, les dispositions générales relatives aux enseignes encadrent les dispositifs lumineux, répondant ainsi aux enjeux de réduction des consommations d'énergie et de la pollution lumineuse.

Les dispositions spécifiques

Sur le territoire de Clermont Auvergne Métropole, quatre zones ont été instituées.

La zone 1 (ZP1), les espaces ruraux à fort enjeu paysager, couvre les secteurs naturels protégés et leurs zones bâties, et comprend :

- Le périmètre du Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne ;
- Le périmètre UNESCO Chaîne des Puys- Faille de Limagne ;
- Le périmètre du Grand Site de France Chaîne des Puys – Faille de Limagne.

La zone 2 (ZP2) couvre les espaces urbains, et comprend :

- ZP2A, les cœurs de villes et cœurs de bourgs : tous les cœurs de villes et les cœurs de bourgs de chacune des 21 communes de la Métropole détiennent une telle zone, à l'exception des communes qui font l'objet d'un classement en ZP1 (plus restrictif).
- ZP2B, les zones résidentielles et les tissus urbains mixtes : toutes les zones agglomérées hors ZP1, ZP2A et ZP3 qui correspondent à un tissu résidentiel ou mixte, à dominante résidentielle.

La zone 3 (ZP3) couvre les zones d'activités, et comprend les activités :

- Commerciales ;
- Artisanales ;
- Industrielles ;
- D'équipements.

La zone 4 (ZP4) couvre les espaces hors agglomération, à dominante agro-naturels, et comprend tous les espaces de la Métropole qui ne font pas l'objet d'une des zones précitées.

De surcroît, le diagnostic et les orientations du RLPi de Clermont Auvergne Métropole identifient également les périmètres de protection patrimoniale, ainsi que les entrées d'agglomération/ville comme sensibles du point de vue de l'affichage extérieur. Ces espaces sont traités en trames :

La trame 1 « Patrimoine » couvre :

- Les périmètres de Sites Patrimoniaux Remarquables (SPR) de Royat, Clermont-Ferrand et Pont-du-Château ;
- Le secteur UNESCO de la Basilique de Notre-Dame-du-Port ;
- Le château de Sarliève à Cournon-d'Auvergne ;
- Le secteur des caves de Châteaugay.

La trame 2 « Entrées d'agglomération et entrées de ville » couvre les entrées de ville présentant soit un caractère emblématique à préserver, soit un enjeu de requalification.

3- Les avis émis sur le projet de RLPi arrêté

Le projet de RLPi arrêté a été transmis aux personnes publiques associées pour avis conformément à l'article L.153-16 du Code de l'urbanisme.

Parmi les réponses reçues, 3 avis expriment formellement un avis favorable (Parc Naturel Régional des Volcans d'Auvergne, Grand Clermont, Direction Départementale des Territoires du Puy-de-Dôme).

L'Architecte des Bâtiments de France a fait part de ses observations sur le projet de RLPi arrêté.

La Chambre de Commerce et d'Industrie a émis un avis favorable, assorti de la réserve suivante : la mise en place d'une étude d'impact, notamment financière de ce futur Règlement Local de Publicité Intercommunal sur les entreprises situées dans les zones d'activités.

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) a également émis un avis favorable à la majorité des voix (3 votes contre).

L'Union de la Publicité Extérieure a émis un avis défavorable.

Paysage de France a émis un avis « largement négatif » du fait des mesures intégrées dans le RLPi qui satisfont peu l'association.

Le Conseil Régional, le Conseil Départemental, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, la Chambre d'Agriculture, la SNCF, le Syndicat National de la Publicité Extérieure n'ont pas répondu dans les délais légaux. De fait, leurs avis sont tacitement reconnus comme favorables.

Les principaux avis, et la manière dont ils ont été pris en compte dans le dossier, sont repris dans un tableau de synthèse en annexe de cette délibération.

4- Enquête publique sur le projet de RLPi arrêté

Le Président du tribunal administratif de Clermont-Ferrand a désigné M. Bernard GRUET en qualité de commissaire-enquêteur par une ordonnance en date du 28 avril 2022. Par un arrêté du 27 juin 2022, M. le Président de Clermont Auvergne Métropole a ouvert et organisé l'enquête publique relative à l'élaboration du RLPi.

L'enquête s'est tenue du 29 août 2022 à 14 heures au 29 septembre 2022 à 12 heures, soit pendant 32 jours. Les permanences, au nombre de 5, ont été tenues au siège technique de Clermont Auvergne Métropole, 97 avenue du limousin à Clermont-Ferrand (siège de l'enquête) et dans les communes de Cournon-d'Auvergne, de Saint-Genès-Champanelle et de Cébazat.

Le public, les communes et différents organismes ont formulé 177 remarques : 6 personnes se sont présentées aux permanences (dont 3 pour information), et 120 personnes ou organismes sont intervenus au cours de l'enquête.

Le procès-verbal de synthèse a été remis et commenté le 7 octobre 2022. Le commissaire enquêteur a rendu son rapport et ses conclusions motivées le 26 octobre 2022.

Dans sa conclusion, le commissaire enquêteur a rendu un avis favorable au projet arrêté de RLPi, assorti d'une réserve :

- Rencontrer, avant la validation du projet par la conférence intercommunale des maires, les professionnels pour :
 - o Vérifier la faisabilité technique standardisée du nouveau dimensionnement des panneaux publicitaires permettant un affichage de 8 m² réel ;
 - o Imaginer un moyen de compensation pour le secteur privé par rapport aux avantages accordés au mobilier urbain public ;
 - o Regarder s'il convient de compléter la ZP3, d'ajuster la trame 2 et d'aménager le linéaire.

Ceci dans la limite des objectifs environnementaux de la communauté et des possibilités économiques et sociales des professionnels.

5- Les modifications apportées au projet de RLPi arrêté, en vue de son approbation

Conformément à la réserve du commissaire enquêteur et faisant suite aux observations relevées, le projet de RLPi arrêté a fait l'objet de modifications et notamment :

- o Modifie le format autorisé en ZP3 pour passer de 8,9 m² à 9m², article P-3.1 ;
- o Précise l'article P-0.3 pour ôter du calcul des formats hors-tout, les trappes de sécurité et autres éléments techniques permettant l'accès et le changement des affiches ;
- o Modifie l'article P-06 pour supprimer la notion de « couleurs neutres » ;
- o Modifie l'article P-07 pour faire évoluer la règle de densité (article P-2.B.6 : longueur du côté de l'unité foncière réduite de 30m à 25m en ZP2B) et suppression de la règle relative aux pans coupés pour les parcelles en angle ;
- o Modifie l'article P-0.8 et E-0.7 pour porter l'horaire d'extinction des dispositifs lumineux à 22h au lieu de 23h ;
- o Supprime l'article P-0.9 concernant l'affichage de petit format ;
- o Supprime l'alinéa 1 de l'article P-0.11 pour encadrer les dispositifs temporaires à caractère culturel et touristique dans chaque zone (article P-0.10 dans le dossier d'approbation) ;
- o Précise l'article E-0.2 au sujet de l'implantation des enseignes sur des éléments d'architecture ;
- o Précise l'article E-0.7 concernant les modalités d'éclairage des enseignes lumineuses, et précise que les enseignes numériques extérieures sont interdites ;
- o Suite au point précédent, il est à préciser que les enseignes numériques à l'intérieur des vitrines sont encadrées au sein de chaque zone et interdites en ZP1, ZP4 et en trame patrimoine (E-1.3, E-2.A.3, E-2.B.3, E-3.3, E-4.3, ET-1.3) ;
- o Les publicités numériques à l'intérieur des vitrines sont encadrées au sein de chaque zone et interdites en ZP1, ZP4 et en trame patrimoine (P-2.A.5, P-2.B.5, P-3.5, PT-1.4, PT-2.4) ;
- o Précise l'article ET-1.2 et E-1.2 pour compléter les règles relatives aux matériaux interdits en trame patrimoine et ZP1 ;
- o Intègre le nouveau Site Patrimonial Remarquable de Clermont-Ferrand, en cours de validation, dans la trame « Patrimoine » ;
- o Précise les articles E-0.4, E-2.A.2, E-2.B.2, ET-1.2, relatifs aux enseignes en étage ;
- o Modifie les articles E-1.2 et ET-1.2 relatifs aux enseignes en bandeau ou apposées parallèlement à la façade, pour préciser les modalités autorisées ;
- o Précise que les enseignes temporaires de plus de 3 mois, article E-0.9, doivent se conformer au format encadré dans le règlement national ;
- o Ajoute le RLP de Gerzat à l'analyse du rapport de présentation ;
- o Intègre un rappel informatif des procédures d'instruction par l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (en annexe au règlement) ;
- o Intègre un rappel informatif des principales exceptions réglementaires aux règles particulières (en annexe au règlement).

Aussi, afin de lever la réserve du Commissaire enquêteur, une rencontre spécifique a été organisée le 16 novembre 2022 avec les représentants des professionnels de l'affichage extérieur ayant participé à l'enquête publique, au cours de laquelle ces propositions de modifications ont été évoquées (compte-rendu de ces échanges joint au dossier d'approbation).

Le projet a ensuite été finalisé suite aux arbitrages de la Conférence Intercommunale des Maires du 2 décembre 2022.

Le RLPI est donc prêt à être approuvé, conformément à l'article L.153-21 du Code de l'urbanisme.

Le dossier de RLPI, tel qu'il vous est proposé pour son approbation, est composé des pièces suivantes :

- 0- Les pièces administratives ;
- 1- Le rapport de présentation ;
- 2- Le règlement ;

- 3- Les annexes, dont les documents graphiques ;
- Le tableau de synthèse des avis des personnes publiques et des observations du public durant l'enquête.

Le Conseil métropolitain, après en avoir délibéré, décide à la majorité :

- d'approuver le Règlement Local de Publicité Intercommunal de Clermont Auvergne Métropole, tel qu'annexé à la présente délibération ;
- de transmettre la présente délibération accompagnée des pièces annexes, à Monsieur le Préfet du Puy-de-Dôme ;
- d'afficher la présente délibération au siège de la Métropole et dans chacune des mairies de ses communes membres concernées pendant un mois, conformément aux articles R.153-20 et R.153-21 du Code de l'urbanisme ; mention de cet affichage sera insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département ;
- de publier le Règlement Local de Publicité Intercommunal et la présente délibération sur le portail national de l'urbanisme prévu à l'article L.133-1 du Code de l'urbanisme et sur le site internet de la Métropole ;
- d'informer que conformément à l'article L.581-14-1 alinéa 5 du Code de l'environnement, le Règlement Local de Publicité Intercommunal sera annexé aux Plans Locaux d'Urbanisme communaux en vigueur, puis au Plan Local d'Urbanisme intercommunal de Clermont Auvergne Métropole dès son approbation ; conformément à l'article R.153-18 du Code de l'urbanisme, un arrêté du Président devra constater qu'il a été procédé à la mise à jour du plan ;
- d'informer que le dossier de Règlement Local de Publicité Intercommunal sera tenu à la disposition du public au siège de la Métropole ;
- d'autoriser le Président, ou son représentant, à signer tout document nécessaire à l'exécution de la présente délibération.

TOTAL VOTANTS :	84	=	68 Conseillers Présents	+	16 Représentés	-	0 Non participation
TOTAL DES VOIX EXPRIMÉES :	72	=	Pour : 69	+	Contre : 3		
Abstention :	12						

Pour ampliation certifiée conforme,
Le Président,



Pour le Président et par délégation
La Vice-Présidente
Christine MANDON



AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
SMPNRVA	<p>FAVORABLE</p> <p>Dossier en accord avec la charte du Parc</p>	-
CCI Puy de Dôme	<p>RESERVE</p> <p>La CCI demande la mise en place d'une étude d'impact notamment financière de ce futur RLPi sur les entreprises situées dans les zones d'activités : la CCI ne partage pas la nécessité d'interdire complètement toute publicité ou pré-enseigne ou enseigne en zone ZP3.</p>	<p>Un rapport de présentation (issu d'une étude publique) n'est pas tenu de présenter une étude d'impact financier à destination des entreprises privées. Les sociétés d'afficheurs ainsi que certains particuliers louant leurs murs pour de l'affichage publicitaire ont été rencontrés lors des réunions publiques. Ils ont alors eu l'occasion de faire remonter leurs attentes et donner des ordres de grandeur quant aux impacts de certaines mesures proposées dans le cadre du RLPi.</p> <p>Concernant la réglementation en ZP3 du projet de RLPi arrêté, celle-ci n'interdit aucunement l'implantation de publicité, pré-enseigne et enseigne, il s'agit d'ailleurs de la zone où la réglementation est la plus souple. Effectivement, il est possible d'implanter des dispositifs publicitaires jusqu'à 8,9m² (dans le dossier arrêté) dans les agglomérations de + 10 000 habitants ou appartenant à l'unité urbaine de Clermont-Ferrand et des dispositifs muraux de 4m² dans les autres agglomérations (conformément au RNP). Les enseignes au sol sont autorisées avec une superficie de 6m² maximum avec un bonus surfacique de 2m² pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants en cas de mutualisation d'enseignes. Les enseignes en façade suivent les règles de la réglementation nationale.</p>
UPE	<p>DEFAVORABLE</p> <p>Compléter le projet de zonage par</p>	

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	une zone couvrant les axes structurants ce qui permet de protéger les sites sensibles mais permettrait également aux professionnels de préserver une audience minimale.	Le choix avait été fait dans le cadre du projet RLPi de ne pas faire de ces linéaires une zone particulière dans la mesure où ils s’inscrivent dans des ambiances urbaines et qu’il apparaissait alors pertinent de les traiter en cohérence avec les espaces couverts par ces ambiances et ne pas créer ainsi de rupture paysagère générée par une différence de traitement de l’affichage extérieur.
	Le territoire dit « hors agglomération » n’a aucune raison d’être délimité sur une cartographie.	Au-delà du fait que dès lors qu’on cartographie les zones agglomérées (ZP1, ZP2 et ZP3) les zones hors agglomération apparaissent par défaut. Il est important de réglementer les enseignes au sein des zones hors agglomération et, de fait, de les faire apparaître au zonage afin de savoir où s’applique la réglementation s’y afférent. Effectivement, les zones hors agglomération peuvent accueillir des activités isolées dont le traitement, a nécessité une réglementation spécifique concernant les enseignes. A défaut, ce sont les règles du RNP qui s’y seraient appliquées, soit un encadrement plus souple en zone naturelle qu’en zones d’activités.
	Indispensable que la Métropole limite le format « hors tout » dans les zones ZP3 à 10,5m ² au lieu des 8,9m ² car celui-ci n’est pas un format standard. Le projet de règlement dans les zones ZP3 doit reprendre cette formulation : « La surface unitaire et utile d’affichage n’excède pas 8m ² la surface du dispositif (affiche et encadrement) n’excède pas 10,50m ² , hors éléments accessoires ».	Depuis 2021 un décret portant notamment sur la modification de certaines dispositions du code de l’environnement relatives à la surface des publicités est attendu. Celui-ci remplacerait aux articles R. 581-26, R. 581-32, R. 581-65 et R. 581-70 du code de l’environnement, les mots : « 12 mètres carrés » sont remplacés par les mots : « 10,50 mètres carrés ». Aussi, autoriser un format hors tout de 10,5m ² dans le cadre du RLPi ferait perdre en ambition le document métropolitain qui ne ferait, in fine, qu’introduire une mesure superfétatoire par rapport à la législation. A noter par ailleurs que des formats inférieurs à 8,9m ² ont été recensés plusieurs fois sur le territoire par le prestataire en charge du recensement des dispositifs publicitaires du territoire métropolitain. ⇒ Le format a donc été élargi à 9m² au lieu de 8,9m², et les trappes techniques ont été exclues du calcul du format (faisant suite à une autre observation).
	Suppression de la disposition concernant la couleur des dispositifs	Après réévaluation de la règle et concertation, mais aussi au vu des difficultés générées pour l’instruction et le contrôle des demandes :

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	(article P0.6)	⇒ La mention aux couleurs « neutres » des dispositifs a été supprimée pour faire référence à l'intégration des dispositifs dans leur environnement immédiat.
	En ce qui concerne la densité des dispositifs, la cour d'appel de Nancy dit « pour la détermination du nombre de dispositifs pouvant être installés, il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique ». Le futur RLPi doit prendre en compte cette jurisprudence.	L'article P 0.7 – paragraphe 4/ a été supprimé pour se mettre en conformité avec la jurisprudence citée.
	Appliquer le RNP en ce qui concerne la réglementation de l'affichage de petit format. Quelle que soit la « partie du territoire » toute restriction imposée par une réglementation locale serait illégale, puisque la loi et le RNP définissent eux-mêmes et exclusivement les restrictions applicables au petit format.	Effectivement, concernant l'affichage de petit format, le RLPi ne peut que réintroduire ou non cette typologie de dispositifs au sein des périmètres d'interdiction relative de publicité. ⇒ L'article P0.9 a été supprimé ainsi que la réintroduction dans les périmètres d'interdiction relative.

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	En ce qui concerne les bâches publicitaires, le RLPi doit soumettre ces types de support à la seule réglementation nationale.	Les bâches publicitaires sont interdites par le projet arrêté de RLPi. En revanche, les publicités sur bâches de chantier sont laissées au régime national.
	<p>Au sein du domaine public ferroviaire, pour les dispositifs visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique et implantés sur les quais non couverts ainsi que ceux situés 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 - Suppression de l'obligation d'un pied unique - Autorisation des dispositifs publicitaires numériques scellés au sol et muraux dans un format d'affiche de 2m². 	<p>Le cas particulier du domaine public ferroviaire, qui malgré la forte superficie concernée ne correspond qu'à une unique unité foncière, pourrait faire l'objet de mesures spécifiques.</p> <p>Dans tous les cas, le règlement ne prévoit pas de règles d'interdistance.</p> <p>La gare de Clermont-Ferrand bénéficie d'un classement en ZP3, associée aux zones d'activité, et donc d'un règlement plus souple en termes d'affichage.</p> <p>En revanche, il n'est pas souhaité de permettre l'implantation de dispositifs numériques sur le domaine ferroviaire qui pourraient être visibles depuis l'espace public.</p>
	Le code de l'environnement permet uniquement de réglementer les dispositifs numériques situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et	En effet, les précisions suivantes ont été apportées : <i>Article L581-14-4: Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes 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 visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction,</i>

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	non de les interdire. Une telle interdiction serait ainsi censurée par les juridictions administratives.	<p><i>de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.</i></p> <p>⇒ Par conséquent, l'interdiction de ces dispositifs a été remplacée par un encadrement de leur extinction et de leur format :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enseignes et Publicités : extinction 1h maximum après la cessation d'activité ou la fermeture au public le cas échéant / allumage 1h maximum avant le début de l'activité ou l'ouverture au public le cas échéant. - Ne doit pas provoquer d'éblouissement - Eviter des intensités trop fortes, les éclairages non fixes, scintillants, clignotants, diffusants, défilants, mobiles ou animés ; - Surface maximum cumulée (enseignes + pré-enseignes + publicités) autorisée par baie limitée à 25% dans la limite d'1m² max. - Limite de consommation en KW/an : 2050kW par dispositif (en cohérence avec le rapport de l'ADEME évaluant la consommation moyenne de ce type de dispositif).
DDT	FAVORABLE	
ABF	P103 : dans le cas où un document de type SPR est opposable, le RLPi doit entériner les mesures restrictives pour la publicité, les enseignes, les pré-enseignes.	Des compléments en ce sens ont été réalisés. La formulation proposée a été reportée dans le rapport de présentation et dans le règlement.
	P111 : le territoire possède une richesse reconnue par un ensemble de protections institutionnelles ou PSMV (plan de sauvegarde et de mise en valeur). Les secteurs sauvegardés ont été fusionnés avec les anciennes ZPPAUP ou AVAP dans le cadre de la loi LCAP mais leurs	La modification cartographique a été opérée.

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	<p>règlements demeurent toutefois opposables dans le cadre des SPR en vigueur. Rajouter sur la cartographie p114 l'emprise des sites classés.</p>	
	<p>P4 : la trame 1 « patrimoine » doit couvrir en plus des périmètres patrimoniaux les périmètres de protection au titre des monuments historiques et les sites inscrits et classés (hors ZP1)</p>	<p>Le choix avait été fait de ne pas faire courir cette trame sur ces secteurs dans la mesure où lorsqu'il y a covisibilité au sein d'un périmètre protégé au titre des monuments historiques (500m ou PDA) l'accord de l'ABF est requis dans le cadre de l'autorisation préalable, de même qu'au sein des sites classés l'accord du préfet de Région est demandé.</p> <p>⇒ Une annexe informative au règlement a été créée intégrant un focus relatif aux « périmètres ABF », informant le pétitionnaire des règles potentiellement plus strictes dans les périmètres soumis à avis.</p>
	<p>P5-9 : les dispositifs publicitaires, la publicité supportée par le mobilier urbain, les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales, les bâches de chantier contenant la publicité, les dispositifs exceptionnels, les emplacements liés à l'affichage d'opinion ou publicité relatif aux activités associatives qui sont situées dans les lieux mentionnés (périmètre de protection au titre des monuments historiques, périmètre de SPR, sites inscrits, abords de monuments historiques) doivent</p>	<p>Une annexe informative au règlement a été créée intégrant un focus relatif aux « périmètres ABF », informant le pétitionnaire des règles potentiellement plus strictes dans les périmètres soumis à avis et rappelant les procédures d'instructions.</p>

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	<p>faire l'objet d'une demande d'autorisation préalable (demande d'enseigne) déposée en mairie et transmise à l'UDAP qui instruira la faisabilité de l'installation en fonction du contexte patrimonial. Les supports mentionnés ne sont pas admis de droit dans ces espaces et ceux situés dans le périmètre des SPR devront respecter le règlement en vigueur.</p>	
	<p>P6-7 : l'installation de publicité sur les façades des immeubles ne doit pas être permise dans les zones ZP1, ZP2A, la trame 1 et 2 ainsi que dans les secteurs mentionnés juste avant.</p>	<p>La publicité murale est déjà interdite par le règlement au sein de la ZP1 et de la ZP2a (espaces urbains – cœurs de villes et cœurs de bourgs) :</p> <p>Article P1.2 – Dispositif publicitaire mural 1/ Les dispositifs publicitaires muraux sont interdits. (p.10 du règlement)</p> <p>Article P2.A.2 – Dispositif publicitaire mural 1/ Les dispositifs publicitaires muraux sont interdits. (p.11 du règlement)</p> <p>En ce qui concerne les trames 1 et 2, tout dispositif publicitaire y est interdit à l'exception du mobilier urbain, ainsi il ne peut y avoir de publicité murale (p.14 du règlement)</p> <p>Enfin, par rapport aux périmètres d'interdiction relative mentionnés dans le commentaire précédent, une annexe informative au règlement a été créée.</p>
	<p>P10-11 : en ZP1, la publicité supportée par le mobilier urbain est admise dans les conditions fixées aux articles du code de</p>	<p>Une annexe informative au règlement a été créée intégrant un focus relatif aux « périmètres ABF », informant le pétitionnaire des règles potentiellement plus strictes dans les périmètres soumis à avis et rappelant les procédures d'instructions.</p>



AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	<p>l'environnement et sous réserve de l'accord de l'architecte des bâtiments de France dans le cadre des autorisations de travaux liées.</p> <p>En ZP1, les dispositifs publicitaires supportés par le mobilier urbain sont autorisés dans la limite d'une surface unitaire maximale de 2m² et sous réserve de l'accord de l'architecte des bâtiments de France dans le cadre des autorisations de travaux liées.</p>	
	<p>P16 : Les enseignes scellées au sol ou installées au sol dans les secteurs mentionnés avant doivent faire l'objet d'une demande d'autorisation de travaux déposée en mairie et transmise à l'UDAP pour instruction.</p>	<p>Une annexe informative au règlement a été créée intégrant un focus relatif aux « périmètres ABF », informant le pétitionnaire des règles potentiellement plus strictes dans les périmètres soumis à avis et rappelant les procédures d'instructions.</p>
	<p>P 21-23 : En ZP1, les enseignes scellées au sol sont autorisées sous réserve de l'accord de l'architecte des bâtiments de France dans le cadre des autorisations de travaux liées.</p>	<p>Une annexe informative au règlement a été créée intégrant un focus relatif aux « périmètres ABF », informant le pétitionnaire des règles potentiellement plus strictes dans les périmètres soumis à avis et rappelant les procédures d'instructions.</p>
	<p>P21-23 + p30-31 : En ZP1 et ZP2A + trame 1 « patrimoine » les enseignes</p>	<p>Le règlement précise qu'en ZP1 et au sein de la trame 1 « patrimoine » les enseignes en bandeau dite « à plat » ou apposées parallèlement à la façade doivent être réalisées soit au moyen de lettres</p>

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	en façade ne doivent pas être réalisées en panneaux dibond positionnés sur la façade.	découpées, soit de lettres peintes ou gravées sur un fond bois ou un fond transparent, soit extrudées dans un fond. Dans ce cadre les panneaux DIBOND® ne pourraient être utilisés qu'en cas de lettrages extrudés, cependant cette précision sera apportée à ces zones. En ZP2a en revanche, le règlement n'impose pas de manière aussi précise des modalités d'esthétique. De plus, l'avis de l'ABF dans les espaces où il est requis pourra venir au cas par cas se substituer au règlement du RLPi et renforcer les exigences en vue de l'intégration paysagère.
	P21-23 + p30-31 : le format des enseignes perpendiculaires ne doit pas excéder 50x50cm. Elles ne doivent pas être installées sur les chainages d'angle ou pierre de taille afin de ne pas fragiliser les pierres.	La problématique de l'installation des enseignes sur les chaînages d'angles ou pierre de taille a été ajoutée à l'article E0.2 relatif à l'intégration architecturale des enseignes qui évoque toutefois déjà les encadrements en pierres, les piliers d'angles etc. Il est souhaité de maintenir le format des enseignes perpendiculaires de 60*60cm, sachant qu'un avis ou un accord de l'ABF est requis dans certains périmètres et peut venir au cas par cas se substituer au règlement du RLPi ou requérir des exigences complémentaires en vue de l'intégration paysagère.
	P21-23 + p30-31 : En ZP1-ZP3, et dans la trame 1 « patrimoine » si l'activité s'exerce à l'étage, l'enseigne ne doit pas être installée au-dessus de la limite du plancher du premier étage afin de ne pas perturber la lecture architecturale de l'immeuble.	Il n'est pas souhaité de modifier le règlement sur ce point car certaines activités s'exercent dans la totalité d'un bâtiment, y compris seulement en étage, et doivent pouvoir se rendre visible. Toutefois, dans les périmètres concernés, les avis ABF s'appliqueront sur ce point le cas échéant.
	P30-31 : les enseignes lumineuses peuvent être rétroéclairées sans que	La règle relative aux éléments techniques d'éclairage a été retravaillée pour assurer leur intégration optimale au dispositif et limiter leur impact visuel.



AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	la câblerie ne soit visible. Les rampes lumineuses en saillie sur la devanture ne sont pas autorisées.	
CDNPS	Favorable	
Paysages de France	Maintenir les protections instaurées par le code de l'environnement	<p>Le RLPi est obligatoirement plus restrictif que la réglementation nationale à l'exception de certains périmètres d'interdiction relative de publicité où le RLPi peut légalement permettre la réintroduction de la publicité sous condition de ne pas aller au-delà de ce qui serait permis d'installer en l'absence d'interdiction légale. Dans ce cadre, le RLPi réintroduit des possibilités d'affichage publicitaire aux abords des monuments historiques, au sein des monuments historiques, dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables, dans le parc naturel régional, dans les sites inscrits et à moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés à l'alinéa 2° de l'article L581-4 du Code de l'Environnement et ce pour des dispositifs au sol, muraux, sur mobilier urbain, les bâches de chantier (permettant de financer des travaux de rénovation), les dispositifs de dimensions exceptionnelles et l'affichage d'opinion.</p> <p>Il est important de souligner que l'affichage de petit format, du fait de l'interrogation par d'autres requérants, ne sera pas réintroduit. Concernant le mobilier urbain, cette dérogation induit globalement un statu quo par rapport à la situation actuelle. Effectivement la possibilité (et non obligation) de réintroduction du mobilier urbain ne peut concerner que les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à l'unité urbaine de Clermont-Ferrand et ne fait que pérenniser une situation préexistante. De plus, malgré la dérogation, les gabarits et typologies de publicités restent encadrés par les dispositions spécifiques à chaque zone, aussi, on ne verra pas d'apparition massive de publicités murales dans le cœur de ville de Clermont-Ferrand où seules sont autorisées les publicités sur mobilier urbain par exemple (tout comme dans les cœurs de ville des autres communes de la Métropole). Un ajout pour davantage de clarté pourra être effectué dans le règlement de façon à bien préciser qu'au sein de ces périmètres, de même que l'avis ou l'accord de l'ABF ou du préfet de Région peut être requis, ce sont bien les règles propres à chaque</p>

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
		zone qui s'appliquent.
	<p>Renforcement de la cohérence entre les différentes composantes du territoire. Ne pas multiplier et éparpiller les zones et les formats car cela déstructure le territoire et complexifie la lecture du règlement.</p> <p>Respect du principe d'équité : les habitants du territoire doivent bénéficier du même niveau de protection de leur cadre de vie.</p> <p>Réduction drastique du nombre de zones car cela nuit à la lisibilité du règlement.</p>	<p>Le RLPi est un document d'urbanisme, dont le zonage différencié constitue une plus-value (par rapport à la réglementation nationale) en ce qu'il permet de prendre en compte de façon plus fine, les particularismes et les enjeux locaux, qui ne sont pas tous identiques, ni de la même intensité, sur le territoire. Ce zonage différencié, répond à des ambitions dans les orientations et s'adapte aux spécificités urbaines, paysagères, fonctionnelles du territoire.</p>
	<p>Réhabilitation des secteurs les plus dégradés que sont notamment les très vastes « zones d'activités », lieux, et donc paysages du quotidien -comptant parmi les plus fréquentés en revoyant les questions des formats autorisés dans la ZP3 (8.9m² pour les dispositifs scellés au sol ou mural), en revoyant l'autorisation des dispositifs numériques scellés au sol, des bâches de chantier pouvant atteindre des dimensions exceptionnelles.</p>	<p>La métropole a réalisé un travail de consensus entre la volonté et la nécessité d'affichage pour les acteurs économiques locaux et la préservation du cadre de vie souhaitée par les citoyens.</p> <p>Le RLPi engage une dynamique de réduction des formats des publicités puisqu'il est quasiment dans chaque zone plus restrictif que la réglementation nationale.</p> <p>Les publicités numériques au sol ne sont autorisées qu'en format 2m² sur mobilier urbain.</p>

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	Aucune publicité ne doit dépasser les 4m ²	La métropole a réalisé un travail de consensus entre la volonté et nécessité d’affichage pour les acteurs économiques locaux et la préservation du cadre de vie souhaitée par les citoyens. Le RLPi engage une dynamique de réduction des formats des publicités puisqu’il est quasiment dans chaque zone plus restrictif que la réglementation nationale. Le format 4,7 m ² est par exemple instauré dans la zone la plus vaste, à savoir la ZP2 b: secteurs résidentiels et mixtes.
	Revoir la question du mobilier urbain et notamment la question du format et du numérique	La métropole a réalisé un travail de consensus entre la volonté et nécessité d’affichage pour les acteurs économiques locaux et la préservation du cadre de vie souhaitée par les citoyens. Le RLPi engage une dynamique de réduction des formats des publicités et d’encadrement du numérique puisque justement il le circonscrit au mobilier urbain 2m ² .
	Limiter la surface des publicités murales à 2m ² hors tout dans tous les secteurs où la publicité n’est pas interdite	La métropole a réalisé un travail de consensus entre la volonté et nécessité d’affichage pour les acteurs économiques locaux et la préservation du cadre de vie souhaitée par les citoyens.
	Interdire les publicités scellées au sol.	Il est à noter que la publicité scellée au sol est déjà interdite en ZP1, ZP2a et au sein de la trame patrimoine et est limitée à 4,7m ² hors tout en ZP2b et à 8.9m ² hors tout en ZP3 soit une diminution respectivement de 7,3m ² et de 3.1m ² comparativement aux dispositifs de 12m ² fréquemment observés aujourd’hui au sein des agglomérations de + de 10 000 habitants du territoire ou celles appartenant à l’unité urbaine de Clermont-Ferrand. Il s’agit là de maintenir un équilibre entre amélioration de la qualité du cadre de vie (du fait de la diminution des gabarits autorisés et de la limitation de la densité) et possibilité d’expression du tissu économique.
	Bannir les dispositifs dits MUPI à	Hormis en ZP3 où la taille de la publicité accueillie à titre accessoire sur du mobilier urbain est

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	<p>tout le moins d'en réduire considérablement la taille.</p>	<p>autorisée dans une limite de 8m², le reste du territoire est limité à 4m² en zone résidentielle et mixte et à 2m² en cœur de ville. Par exemple, sur la ville de Clermont-Fd : sur 59 panneaux 8m² => 49 vont passer en 4m².</p>
	<p>Ne pas autoriser la publicité sur mobilier urbain (sur voies publiques) ou sinon ne l'autoriser que de façon très limitée tant en surface qu'en nombre et selon les procédés les moins pénalisants pour l'environnement, exclusivement en dehors des lieux mentionnés à l'article L581-8 du code de l'environnement, uniquement sur les abris pour voyageurs à la condition qu'une seule face soit dédiée à la publicité commerciale, que les publicités défilantes et numériques soient interdites, qu'il y ait une règle de densité ou de nombre maximal de dispositif et que ça respecte les horaires d'extinction.</p>	<p>Cf. commentaires précédents relatifs aux MUPI.</p> <p>Comme indiqué dans le rapport de présentation, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver dans ces lieux les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageurs, abris-tram) ou à la diffusion d'informations municipales ou métropolitaines. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de contrats avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité permet de financer l'ensemble de ces prestations. Le choix a donc été fait de conserver la possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain dans ces périmètres patrimoniaux qui concernent en grande partie les centres-villes des communes, pôles d'attractivité du territoire. De plus, les collectivités via leur contrat de concession restent maîtresses du graphisme des dispositifs et peuvent choisir leur nombre et les lieux d'implantation. C'est aussi la raison pour laquelle les dispositifs numériques au sol ne sont autorisés que sur mobilier urbain 2m², afin que les collectivités en maîtrisent le développement.</p>
	<p>Interdiction des publicités et enseignes numériques</p>	<p>Les enseignes numériques extérieures sont interdites sur tout le territoire par les dispositions générales du règlement du dossier arrêté. (article E0.1 – interdiction d'enseignes p.16 du règlement).</p> <p>=> Compléments apportés à cet article au sein de chaque zone, conformément à la loi « climat et résilience », pour encadrer les dispositifs numériques à l'intérieur des vitrines.</p> <p>Les publicités numériques au sol sont autorisées seulement sur MU en format 2m²</p>

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	Interdiction des enseignes sur toiture	Les enseignes en toiture sont interdites sur tout le territoire par les dispositions générales du règlement. (article E0.1 – interdiction d’enseignes p.16 du règlement)
	Interdiction des enseignes scellées au sol sauf exception (lorsqu’aucune des enseignes murales d’un bâtiment abritant une activité n’est visible depuis une voie ouverte à la circulation publique)	Il n’est pas souhaité de supprimer totalement ces dispositifs, en revanche, ils sont encadrés dans le règlement en nombre, surface, etc...
	Réhabiliter les zones et axes commerciaux : le RLPi doit contribuer à la reconquête des parties du territoire les plus dégradées et à améliorer la qualité du cadre de ceux qui y résident	Les entrées de ville bénéficient d’une trame spécifique afin de favoriser le maintien des perceptions sur ce qui peut faire identité dans ces espaces vitrines ainsi que sur les vues sur le grand paysage en : <ul style="list-style-type: none"> • restreignant les gabarits et les hauteurs des enseignes au sol • Interdisant toute publicité hors mobilier urbain 2m² et interdisant les publicités numériques. Le RLPi prévoit des règles d’encadrement des publicités, pré-enseignes et enseignes dans la ZP3 dédiée aux zones d’activité afin d’apporter davantage de qualité.
	Règlementation des enseignes temporaires pour des opérations dites exceptionnelles de moins de 3 mois : autoriser uniquement les enseignes sur la façade principale à raison de 2 maximum d’une surface d’au plus de 2m ² .	En agglomération, les préenseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente sont interdites. En agglomération, les préenseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont règlementées dans chaque zone. Les enseignes temporaires de plus de trois mois sont laissées au Règlement national.
	Limitation de la surface maximale	Il n’est pas souhaité définir un seuil maximum de taille des enseignes en façade, puisque l’objectif

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES		
Avis général		Proposition de prise en compte
PPA-C		justification
	des enseignes sur façade : assortir la règle de pourcentage d'une surface cumulée maximale de 4m ² pour les façades de 50m ² ou moins et de 6m ² pour les façades de plus de ou de 50m ² .	d'une expression par pourcentage est d'obtenir une harmonie et une adaptation au regard de la taille de la devanture commerciale sur laquelle l'enseigne est apposée.
	Ne pas mettre en place des mesures discriminantes entre les habitants ou les différents acteurs économiques	<p>Ce commentaire fait référence aux règles de densité renforcée au sein de l'article P0.7 des dispositions générales où il est seulement fait mention d'un durcissement des règles au droit du domaine privé.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ Une règle de densité sur le domaine public ne couvrira pas le mobilier urbain puisque le code de l'environnement ne soumet celui-ci à aucune règle de densité. ➔ Pour l'interdistance et la densité pour mobilier urbain, cette règle a été jugée difficilement applicable compte-tenu de l'implantation, parfois proche des abris-voyageurs. De plus, la collectivité s'inscrit en pare-feu pour préserver le domaine public

PROCES VERBAL DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR	
Avis général	Proposition de prise en compte
	Justification
<p><u>Le public</u></p> <p>84 remarques rejettent globalement le projet sur les critères qui suivent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Contre toute forme de publicité, tout particulièrement celles lumineuses. <ul style="list-style-type: none"> ○ La publicité encourage la consommation. ○ La consommation est à l'origine de pollutions multiples. ○ La consommation est à l'origine du surendettement des ménages. ○ Les publicités lumineuses sont consommatrices d'énergie rares et polluantes. ○ Les paysages sont dégradés. ○ Les conducteurs sont distraits par les panneaux publicitaires ce qui favorise les accidents de la route. ○ Les supports de publicité sont générateurs d'atteinte à l'environnement par leur fabrication. ○ Pollution du ciel nocturne. 	<p>Il ne relève pas du RLPi d'interdire totalement la publicité, il n'en a pas le droit. En revanche, il encadre de manière plus restrictive que la réglementation nationale les publicités, enseignes et pré-enseignes.</p> <p>Sans objet. Le RLPi ne peut régler le contenu des publicités.</p> <p>Les publicités numériques font l'objet d'un encadrement strict dans le RLPi : MU 2m².</p> <p>Le RLPi a pris en compte tout au long de son élaboration la valorisation des paysages et de l'image de Clermont Auvergne Métropole.</p> <p>Le RLPi ne peut régler l'affichage selon des critères de sécurité routière.</p> <p>Sans objet.</p> <p>Des mesures d'extinction nocturne ont été élargies par rapport à la réglementation nationale => extinction nocturne fixée à 22h.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ○ Ne pas favoriser la grande distribution, et les grands groupes. ○ Affichage sauvage. ○ La publicité est sexiste, dogmatique et conditionne les pulsions d'achat. <p><u>Observations « ayant un caractère constructif » :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Uniformisation des enseignes dans le centre historique (1 remarque). ○ La commune de Gerzat demande la prise en compte de son RLP (1 remarque). ○ Suppression des publicités sur l'alcool près des écoles (1 remarque). ○ Adopter une charte graphique (1 remarque). 	<p>Le RLPi a été élaboré en concertation avec tous les professionnels, y compris les commerçants locaux. De ce fait, il ne favorise aucun type de commerce, mais s'attache à traiter équitablement l'ensemble des acteurs locaux, en harmonisant les pratiques à l'échelle locale.</p> <p>Ces affichages sont d'ores et déjà illégaux, le RLPi s'aligne donc avec la réglementation. Il ne permet pas ce type d'affichage, et même au-delà, il vise à encadrer les pratiques de manière plus restrictive que la réglementation nationale.</p> <p>Sans objet. Le RLPi n'est pas compétent pour régler le contenu de la publicité.</p> <p>Le RLPi présente une zone spécifique concernant les secteurs patrimoniaux historiques. Cette zone traduit justement l'ambition d'une harmonisation du traitement des enseignes de manière à valoriser ces sites d'importance.</p> <p>Le RLP de Gerzat a été ajouté dans le Rapport de Présentation.</p> <p>Cela n'est pas de la compétence du RLPi.</p> <p>Cela n'est pas de la compétence du RLPi, mais relève d'une charte des devantures commerciales. Document qui n'a pas été conçu pour l'heure. De plus, CAM souhaite encadrer les pratiques, tout en laissant une certaine latitude aux commerçants.</p>
---	--



<p>○ La commune de Clermont demande quelques précisions sur le règlement, l'intégration du SPR et la limitation du zonage (voir 5-I, 3 remarques) suite à sa pratique de l'instruction, en conseil auprès des pétitionnaires jusqu'à l'approbation du document.</p> <p>1) - Il existe trop de découpages / zones découpées sur Clermont-Ferrand : ZP2....</p> <p>2) Simplifier la nomination des articles (par exemple l'article pourrait être uniquement sous forme de chiffres ?)</p> <p>3) Pour la Trame Patrimoine : définir le périmètre du futur Site Patrimonial Remarquable (SPR).</p> <p>4) Eclaircir la règle des enseignes en étage (peuvent-elles s'installer ? et sous quelles formes ?)</p> <p>5) Proportionner les dimensions des enseignes perpendiculaires mutualisées en fonction du nombre d'activité exercées (tabac, presse, loto, mondial relay, pmu..) et d'autres qui vont forcément se rajouter en fonction des années.</p> <p>6) En ZP2A : Les Cœurs de Villes et Cœurs de Bourgs : il existe une contradiction dans les articles E2.A.2 alinéa 4 & E2.A.3 alinéa 1 : E2.A.2 alinéa 4 : « Les enseignes apposées perpendiculairement à un mur de type caisson, sont interdites... » > E2.A.3 alinéa 1 : « Les</p>	<p>Le RLPi a fait au contraire un effort de simplification et de réduction du nombre de zones, comparé à la pluralité de documents communaux actuellement en vigueur.</p> <p>S'il est fait référence ici aux articles du Code de l'Environnement, nous pourrions en effet limiter leur mention à la référence chiffrée.</p> <p>Le SPR de Clermont-Ferrand centre, n'est pas encore validé par la Commission Nationale. Cependant le projet de périmètre a bien été intégré car voté en Conseil municipal.</p> <p>Cette règle a été reformulée.</p> <p>Cet objectif semble difficile à encadrer. Une règle simple de gabarit de ces enseignes est déjà édictée.</p> <p>Ces 2 articles concernent des dispositifs différents : les enseignes perpendiculaires dans le premier cas, et les enseignes en façade dans le second cas. Il n'y a donc pas de contradiction.</p>
--	---

<p>caissons lumineux sont interdits, sauf s'ils ne présentent que du lettrage diffusant»</p> <p>7) Enseignes scellées au sol : la disposition générale est la suivante : E0.3 alinéa 8 : « Dans le cas d'établissement exerçant dans le même bâtiment ou le même ensemble commercial, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, doivent être mutualisées sur un support commun. Le format de ce support est défini dans les dispositions spécifiques relatives à chaque zone de publicité ». Cependant, en ZP2B - Zone Résidentielle et Tissus Urbains Mixtes + Trame entrée de Ville : l'article E2-B alinéa 1 dit : « Les enseignes scellées au sol sont autorisées dans la limite d'1 dispositif le long de chacune des voies ouvertes à la circulation. Le dispositif ne doit pas excéder une surface unitaire de 2m². Lorsqu'il s'agit d'un dispositif commun, ne peut-on pas augmenter la surface unitaire afin de la mettre à 4m² par exemple au lieu de 2m².</p> <p>8) Éclairage : en disposition générale : E0.7 alinéa 4 - Enseignes lumineuses dont numériques : Les modalités d'éclairage (rampes, rétroéclairage, spots...) ne sont-elles pas trop restreintes ? En effet, les systèmes acceptés ne sont que des rampes lumineuses et lettres rétroéclairées. Des spots plus discrets ne pourraient-ils pas être proposés ?</p> <p>9) Enseignes parallèles en ZP1 : Les secteurs ruraux à fort enjeu paysager et en Trame Patrimoine : Articles</p>	<p>Il n'est pas souhaité d'augmenter la surface de ce type d'enseigne dans les zones résidentielles, mixtes et entrées de ville, car cela paraît trop imposant au regard du contexte dans lequel ces dispositifs s'implanteraient.</p> <p>L'interdiction des spots a été supprimée. En revanche, une règle a été ajoutée pour encadrer la taille de la saillie des dispositifs d'éclairage, intégrant le volume de l'éclairage lui-même.</p> <p>Une formulation plus générique a été rédigée.</p>
---	---

E1.2 alinéa 3 & ET.1.2 alinéa 3 : les modalités de réalisation des enseignes en bandeau ou enseignes parallèles à la façade, ne sont-elles pas trop réductrices ? En effet, il est indiqué : « elles doivent être réalisées soit au moyen de lettres découpées, soit de lettres peintes ou gravées sur un fond bois ou un fond transparent, soit extrudées dans un fond.

Les professionnels :

En préalable la profession considère :

- Qu'il n'y a pas eu de véritable concertation.
- Que l'impact du RLPi dans la version proposée par Clermont Métropole sera catastrophique pour la profession en termes d'emplois et d'économie.

○ **L'UPE demande :**

- La création d'une zone « axes structurants » et la suppression des autres trames appliquées à ces axes.
- Les dispositifs scellés au sol doivent pouvoir être équipés d'équipements déroulants numériques et maintien du dispositif réglementaire sans durcissement local pour l'affichage numérique «grand format».

Plusieurs réunions de concertation, dont des temps de concertation spécifiques avec le public socio-professionnel ont été organisés, au cours desquels, les services et élus de CAM étaient à l'écoute des avis et demandes des participants. Les demandes n'ont pas été toujours retranscrites stricto sensu dans le règlement mais ont bien été prises en compte dans l'équilibre souhaité par CAM.

Il est souhaité conserver cette réglementation sous forme de trames, car les règles correspondantes sont complémentaires aux règles des zones. Par ailleurs il est souhaité préserver la qualité des axes d'entrées de ville donc la trame 2 sera maintenue.

Il est souhaité d'être plus ambitieux localement sur ces dispositifs qu'au niveau de la réglementation nationale dans l'objectif de préserver le cadre de vie des habitants.

<ul style="list-style-type: none"> ○ La couleur des supports ne doit pas être imposée. ○ L'unité foncière doit être ramenée à 20 mètres. ○ La densité linéaire ne devrait pas être appliquée aux publicités urbaines murales. ○ Assouplissement des règles pour le domaine ferroviaire en ce qui concerne l'inter-distance. ○ Le RNP doit être appliqué aux bâches publicitaires et aux pré-enseignes temporaires régies par les communes. 	<p>La référence à des couleurs spécifiques a été retirée du règlement et remplacée par l'obligation d'intégration du dispositif à son environnement.</p> <p>⇒ La longueur du côté de l'unité foncière a été portée à 25m (au lieu de 30m) dans la zone résidentielle et mixte ZP2B au regard du caractère impactant de cette mesure pour l'équilibre économique du secteur de l'affichage (et faisant suite à la réserve du commissaire enquêteur).</p> <p>La règle sera maintenue en l'état considérant que les dispositifs muraux sont tout aussi impactant que ceux au sol en termes de pollution visuelle.</p> <p>Le cas particulier du domaine public ferroviaire, qui malgré la forte superficie concernée ne correspond qu'à une unique unité foncière, pourrait faire l'objet de mesures spécifiques. Dans tous les cas, le règlement ne prévoit pas de règles d'interdistance. La gare de Clermont-Ferrand bénéficie d'un classement en ZP3, associée aux zones d'activité, et donc d'un règlement plus souple en termes d'affichage. En revanche, il n'est pas souhaité de permettre l'implantation de dispositifs numériques sur le domaine ferroviaire qui pourraient être visibles depuis l'espace public.</p> <p>En agglomération, les préenseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente sont interdites. En revanche, en agglomération, les préenseignes temporaires signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois sont règlementées dans chaque zone.</p> <p>Les bâches publicitaires sont interdites.</p> <p>La publicité sur bâche de chantier est autorisée dans les conditions prévues aux articles R581-19, 53 et 54 du Code de l'Environnement.</p>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> ○ La zone ZP2B devrait permettre une dimension de panneau hors-tout de 10,5 m² sur les supports muraux et sur les dispositifs scellés au sol des axes structurants ou appliquer le RNP. ○ La zone ZP3 devrait accepter le format 10,5 m² ou appliquer le RNP. ○ Le format 5,5 m² (pour certains 4,7 m²) devrait être maintenu. ○ Suppression de la ZP4. ○ La trame 2 devrait être réduite pour accepter certaines grandes voies destinées à recevoir la publicité (« axes structurants »). Elle ne se justifie pas. ○ La réglementation ne peut interdire les dispositifs lumineux de vitrines. Il conviendrait de l'autoriser sur tout le territoire pour 2 m². 	<p>Le RLPi se veut être plus ambitieux que la RNP sur ces dispositifs dits « grands formats » afin de préserver le cadre de vie des habitants. Néanmoins, le règlement a été ajusté pour</p> <p>⇒ passer de 8,9 m² à 9m² afin de bien prendre en compte les dispositifs de certains afficheurs qui peuvent se situer entre 8,9 et 9m². Les trappes et éléments techniques ont été exclus du calcul « hors tout » (faisant suite à une autre observation).</p> <p>Les formats figurant actuellement dans le règlement paraissent cohérents au regard de l'objectif recherché et de certaines pratiques déjà observées sur le territoire.</p> <p>Cette zone sera conservée afin d'encadrer les dispositifs autorisés sur l'ensemble du territoire, notamment les enseignes. Ce zonage assure une limitation des « effets de seuils » avec le passage d'une zone couverte par le RLPi à une zone qui aurait été sous RNP moins restrictive. En cas de nouvelle agglomération susceptible d'accueillir davantage de dispositifs, une modification du RLPi sera effectuée.</p> <p>La trame 2 se justifie par le fait que ces axes représentent une vitrine du territoire et donc nécessitent un traitement qualitatif, notamment en évitant la multiplication des grands formats.</p> <p>En effet, les précisions suivantes ont été apportées : Article L581-14-4: Par dérogation à l'article L. 581-2, le règlement local de publicité peut prévoir que les publicités lumineuses et les enseignes 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 visibles d'une voie ouverte à la circulation publique respectent des prescriptions qu'il définit en matière d'horaires d'extinction, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses.</p>
--	--

<ul style="list-style-type: none"> ○ Les exceptions concernant le mobilier urbain (format et numérique) constituent une concurrence déloyale entre privé et public particulièrement en trame 1. ○ Le mobilier urbain, partout où il est autorisé, devrait être maintenu à 8m2. ○ Les trappes de sécurité ne devraient pas être comprises dans le calcul du format hors tout. ○ Quand 2 zones sont séparées par un axe de circulation adopter pour l'ensemble le dispositif le plus favorable à la profession. 	<p>Par conséquent, l'interdiction de ces dispositifs sera remplacée par un encadrement de leur extinction et de leur format.</p> <p>⇒ Il est proposé :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enseignes et Publicités : extinction 1h maximum après la cessation d'activité ou l'ouverture au public / allumage 1h maximum avant le début de l'activité ou l'ouverture au public. - Ne doit pas provoquer d'éblouissement - Eviter des intensités trop fortes, les éclairages non fixes, scintillants, clignotants, diffusants, défilants, mobiles ou animés ; - Surface maximum cumulée (enseignes + pré-enseignes + publicités) autorisée par baie limitée à 25% dans la limite d'1m² max - Limite de consommation des dispositifs numériques à 2050kw/an par dispositif <p>Cette règle vise à préserver le cadre de vie des habitants d'un affichage numérique trop présent, notamment au regard des nuisances lumineuses qu'il peut représenter.</p> <p>⇒ De ce fait, l'autorisation aux autres dispositifs que le MU dans ces zones ne sera pas étendu.</p> <p>Le RLPi se veut être plus ambitieux que la RNP sur ces dispositifs dits « grands formats » afin de préserver le cadre de vie des habitants. Il a été choisi que les formats de mobilier urbain soient alignés sur les formats de publicités.</p> <p>⇒ Le règlement a été modifié pour ôter du calcul des formats hors-tout les trappes de sécurité et autres éléments techniques permettant l'accès et le changement des affiches.</p> <p>Le zonage est défini très précisément à la parcelle, ainsi la règle de la zone considérée doit être appliquée strictement.</p>
---	--



<ul style="list-style-type: none"> ○ Certaines zones d'activité n'ont pas été classées en ZP3. <p><u>Les associations et les partis politiques :</u></p> <p>L'association « Paysages de France » s'est exprimée dans le cadre de la consultation préalable. Elle constate que le Président de la Métropole n'a pas donné suite au courrier adressé par l'association le 14 décembre 2021 formulant dix propositions et formule les observations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Il n'a pas été tenu compte de ses remarques exprimées lors des travaux préparatoires. ○ Parti-pris de l'intervenant extérieur influençant les décideurs. ○ Le projet va à l'inverse des valeurs environnementales. ○ Demande du maintien des protections édictées par le code de l'environnement. ○ Mettre en cohérence le territoire et ne pas le morceler en zones multiples. 	<p>Le zonage a été réalisé en concertation avec les élus, notamment communaux. Cela peut aussi relever d'un choix d'encadrement. Par ailleurs, les exemples cités dans l'avis sont des polarités commerciales au sein d'un tissu mixte de ville, intégrant de l'habitat, et non des zones commerciales, d'activités, d'équipements pour lesquelles la zone ZP3 a été conçue.</p> <p>Plusieurs réunions de concertation, dont des temps de concertation spécifiques avec le public associatif ont été organisés, au cours desquels, les services et élus de CAM étaient à l'écoute des avis et demandes des participants. Les demandes n'ont pas toujours été retranscrites stricto sensu dans le règlement mais ont bien été prises en compte dans l'équilibre souhaité par CAM.</p> <p>Globalement, le RLPi vient renforcer les exigences du Code de l'Environnement sur de nombreux points, notamment le numérique ou les grands formats.</p> <p>Le Code de l'Environnement prévoit d'ores et déjà une réglementation différente selon le nombre d'habitants au sein de l'agglomération et la capacité de s'adapter aux spécificités locales, aux caractéristiques urbaines et paysagères du territoire. Clermont Auvergne métropole s'est saisie de cette possibilité pour adapter le règlement national de l'affichage à son territoire. Le zonage est composé de quatre grandes zones et deux trames pour en simplifier son application.</p>
---	---

<ul style="list-style-type: none"> ○ Réhabiliter les zones les plus dégradées. ○ Réduire la place de la publicité sur le mobilier urbain. ○ Respecter le principe d'équité d'une zone à l'autre pour protéger l'environnement et le cadre de vie. ○ En finir avec l'image de la « France moche ». ○ Considérer la publicité comme un facteur exerçant une influence importante sur le climat, la santé publique, la consommation énergétique et la pollution du fait de l'incitation à consommer. ○ Protéger la population de la surconsommation et de son impact sociétal. ○ Ne pas mettre en danger les usagers des voies publiques par une distraction permanente des conducteurs. ○ Ne pas polluer le ciel nocturne. ○ Ne pas cautionner la concurrence de la grande distribution. 	<p>La trame « entrée de ville » et les règles de la ZP3 ont été élaborées dans cet objectif de dédensifier et de réduire les formats des enseignes et publicités dans ces secteurs les plus concernés par l'affichage.</p> <p>La publicité sur MU ne doit être qu'accessoire ce qui réduit déjà son impact. De plus, le MU est encadré notamment en termes d'implantation et de format, selon le même zonage que pour les autres types de publicités.</p> <p>Voir commentaire ci-avant</p> <p>Voir commentaire ci-avant.</p> <p>Le RLPi ne peut interdire totalement la publicité ni réglementer son contenu.</p> <p>Voir commentaire ci-avant.</p> <p>Le RLPi ne peut se baser sur des motifs de sécurité routière pour encadrer l'affichage.</p> <p>Le RLPi encadre les dispositifs lumineux et numériques en ce sens. Toutefois, le règlement a été modifié afin ⇒ d'étendre la plage d'extinction des dispositifs à 22h (au lieu de 23h décidé lors de l'arrêt).</p> <p>Sans objet, le RLPi n'est pas compétent en ce sens.</p>
---	---

<p>Propositions de l'association Puy de Dôme Nature Environnement :</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Maintien des interdictions du L581-8. 	<p>Il a été décidé de déroger à certaines interdictions relatives afin de permettre aux activités et commerçants locaux de rester visibles, notamment dans les zones touristiques. + Cf commentaire ci-avant sur la prise en compte des caractéristiques urbaines et paysagères du territoire pour élaborer le document.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Interdiction du numérique. 	<p>Il n'est pas possible juridiquement d'interdire totalement le numérique sur l'ensemble du territoire. Son utilisation est limitée au mobilier urbain en 2m² (ZP2B et ZP3) actuellement dans le règlement afin de maîtriser son développement. Les dispositifs numériques à l'intérieur des vitrines sont encadrés comme évoqué précédemment conformément à la loi « climat et résilience ».</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Interdiction des publicités sur mobilier urbain. 	<p>Voir commentaire sur mobilier urbain, en réponse aux précédents avis.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Interdiction des enseignes de toiture. 	<p>Les enseignes en toitures sont déjà interdites dans le RLPi.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Respect du principe d'équité. 	<p>Voir réponse aux commentaires précédents</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Réduction du nombre de zone. 	<p>Le nombre de zones est déjà limité : 3 zones et 2 trames.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Interdiction des enseignes scellées au sol 	<p>Ces dispositifs peuvent avoir leur intérêt notamment pour signaler une activité qui n'est pas visible depuis la voie. Interdiction en trame patrimoine – ZP2a et limitation du format dans les autres zones.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Limitation des surfaces des enseignes sur façade. 	<p>Cette dimension est déjà encadrée, notamment avec des pourcentages maximum par zone.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Réhabilitation des zones et axes commerciaux. 	<p>Voir commentaires précédents sur ces mêmes sujets.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ Réglementation des enseignes temporaires. 	<p>Voir commentaire ci-avant : les enseignes de plus de trois mois sont au règlement national.</p>

<p><u>EELV considère que des progrès notables ont été réalisés mais souhaite voir évoluer les points suivants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Limiter encore plus la publicité numérique. ○ Augmenter les périmètres « entrée de ville ». ○ En ZP3 limiter la densité et interdire le numérique. ○ Réintégration des zones déjà interdites sur certaines communes. ○ Compléter les périmètres sites et monuments historiques. ○ Ne pas déroger aux règles du PNR dans les bourgs qui y sont situés. 	<p>Les pré-enseignes à destination de travaux ou de promotions immobilières sont interdites. Les pré-enseignes à destination culturelle sont règlementées dans chaque zone en termes de format.</p> <p>Aujourd’hui la publicité numérique est limitée au MU 2m² en ZP2b et ZP3. Les publicités numériques à l’intérieur des vitrines sont encadrées comme évoqué précédemment conformément à la loi « climat et résilience ».</p> <p>Renforcer la réglementation sur ce sujet reviendrait à l’interdire complètement sur l’ensemble du territoire, ce qui juridiquement n’est pas possible aujourd’hui.</p> <p>La délimitation de ce zonage relève d’un arbitrage à l’échelle communale, qui semble correspondre aux enjeux de préservation du cadre de vie. Par conséquent, ce zonage sera conservé.</p> <p>La densité est déjà encadrée dans cette zone + voir commentaire ci-avant.</p> <p>Il a été décidé de déroger à certaines interdictions relatives afin de permettre aux activités et commerçants locaux de rester visibles, notamment dans les zones touristiques.</p> <p>Voir réponses aux commentaires ABF. Un focus « ABF » sera ajouté en annexe au règlement.</p> <p>L’affichage dans le périmètre du PNR est très limité (au mobilier urbain 2m²). Toutefois, les activités locales implantées dans ce secteur ont également besoin de visibilité. Il est à noter que le RLPi est compatible avec la charte du PNR.</p>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> ○ Mettre en place une instance de contrôle. <p><u>En ce qui concerne le commissaire enquêteur :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Comment mettez-vous en œuvre le contrôle des mises en conformités limitées dans le temps ? Qui en aura la charge ? ○ Envisagez-vous de communiquer à la population l'état d'avancement du projet définitif et son application concrète ? ○ Qui validera le choix des couleurs des supports ? ○ Les dispositions applicables aux enseignes de façade évoquent la possibilité de les installer en hauteur sans limiter celle-ci. Est-ce normal ? ○ Est-il possible de mentionner dans le projet les principales exceptions réglementaires aux règles particulières ? ○ Les dispositifs numériques autonomes sur le plan énergétique (Capteur solaire) sont-ils concernés par l'interdiction réglementaire ? 	<p>Cela est étudié.</p> <p>CAM étudie actuellement la question, car des ressources importantes seront à mobiliser pour effectuer ce contrôle.</p> <p>Un document de synthèse de communication doit être élaboré pour diffuser l'information dès l'entrée en vigueur du projet.</p> <p>L'instructeur sera chargé de cela. Nous proposons de reformuler la règle relative à la couleur des dispositifs.</p> <p>Le règlement stipule ceci : La hauteur d'apposition des enseignes en façade ne peut excéder le niveau inférieur des appuis de fenêtre de l'étage supérieur. Toutefois, des précisions seront apportées dans le règlement afin de clarifier ce point.</p> <p>Un focus spécifique synthétique a été effectué au sein de l'annexe au règlement qui a été créée.</p> <p>Oui, tous les dispositifs numériques sont concernés par les règles les ciblant. Le Code l'environnement ne nous permet pas à ce stade d'ajouter cette condition à l'installation d'un dispositif numérique.</p>
---	--