

# Élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

**Réunion publique**

*Diagnostic et pistes d'orientations*




---

7 février 2024



# PROGRAMME

---

- 
- 1 - Le RLPI, pour quoi faire ?
  - 2 - Le diagnostic, une photographie du territoire
  - 3 - Les pistes de travail identifiées
  - 4 - La concertation
- 
- 



# 1 – Le RLPi, pour quoi faire ?

# LE RLPI PERMET D'ENCADRER LES PANNEAUX PUBLICITAIRES ET LES ENSEIGNES

---

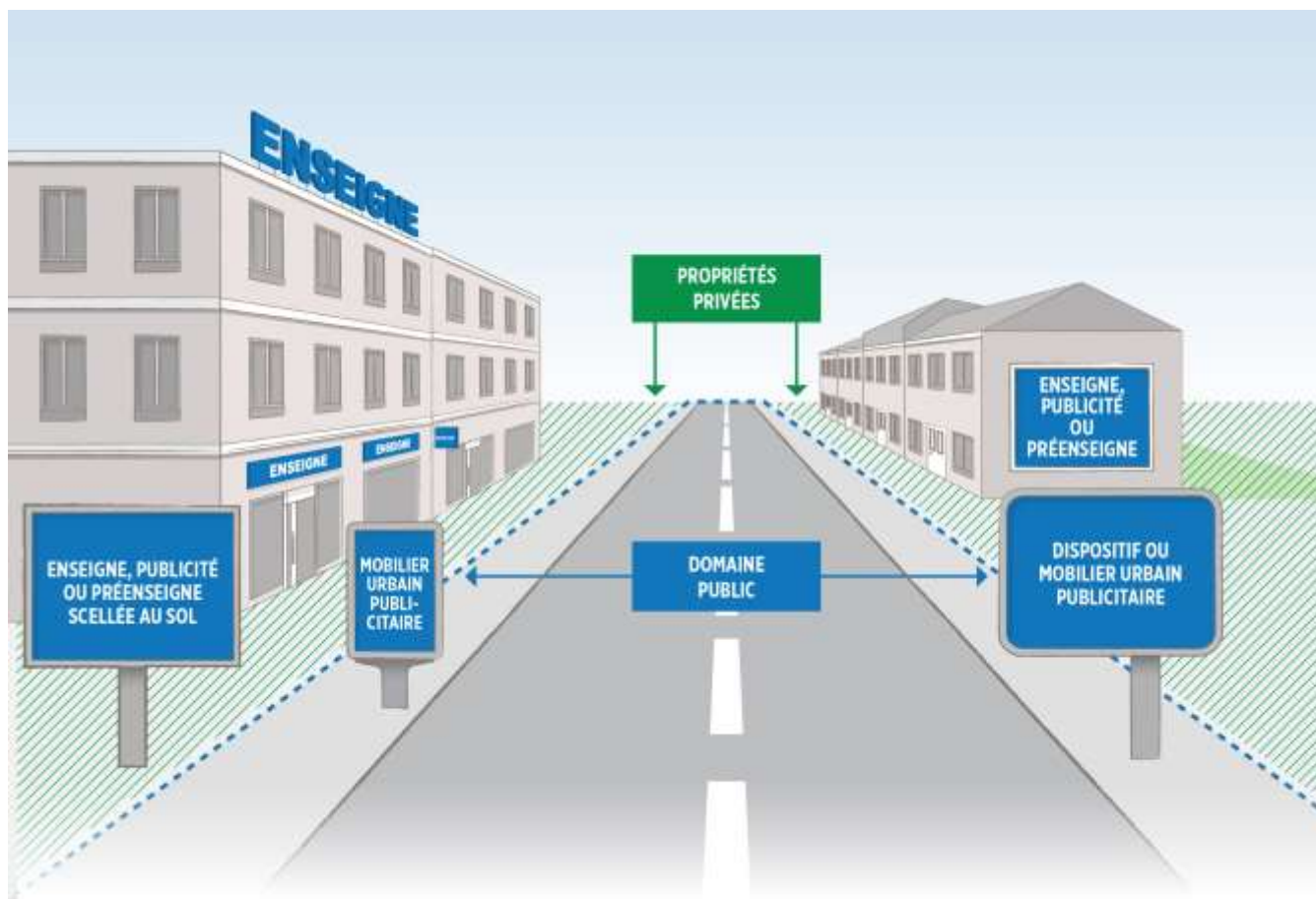
**Le RLP encadre les conditions d'installation (nombre, emplacement, surface ...) des publicités, enseignes et préenseignes sur un territoire, afin qu'ils s'intègrent le mieux possible à leur environnement, y compris pour tout dispositif déjà en place.**

**Pour ce faire, le RLP adapte les règles nationales (code de l'environnement) aux spécificités du contexte territorial, en les renforçant.**

**Le RLP de GRAND BESANCON METROPOLE couvrira les 68 communes membres : il est intercommunal (RLPi).**

# LE CHAMP D'INTERVENTION DU RLPI

Le RLPI détermine les conditions d'installation des dispositifs d'affichage extérieurs



# 3 TYPES DE DISPOSITIFS RÉGLEMENTÉS

---



**LES ENSEIGNES** : inscriptions, formes ou images situées sur un bâtiment ou sur son terrain et relatives à l'activité qui s'y exerce



**LES PRÉENSEIGNES** : inscriptions, formes ou images qui indiquent la proximité d'une activité déterminée

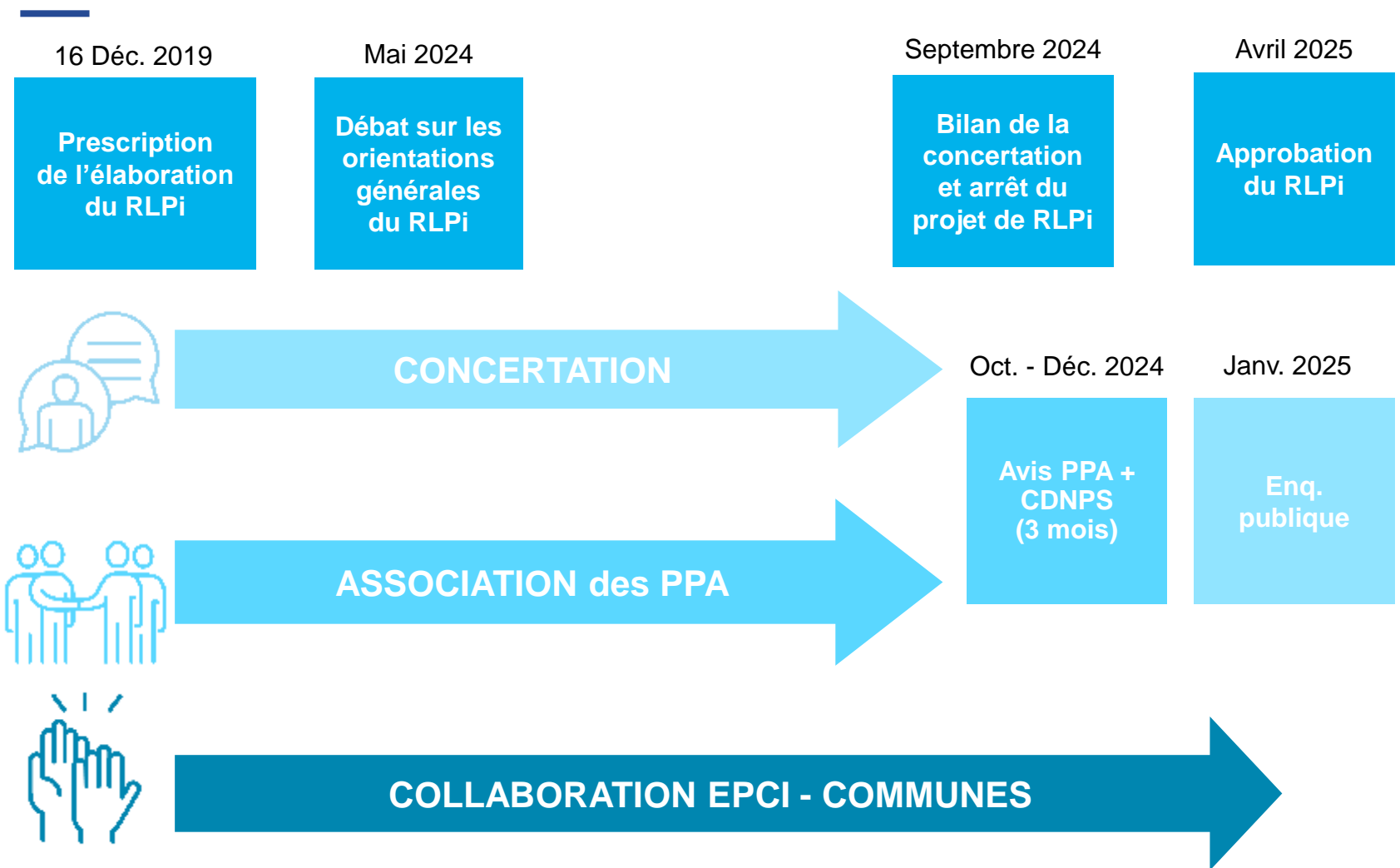


**LES PUBLICITÉS** : inscriptions, formes ou images destinées à informer le public ou à attirer son attention

Le RLPi peut aussi réglementer des dispositifs situés à l'intérieur d'un local : ceux qui sont lumineux et situés derrière la vitrine d'un commerce



# LES ÉTAPES D'ÉLABORATION DU RLPi



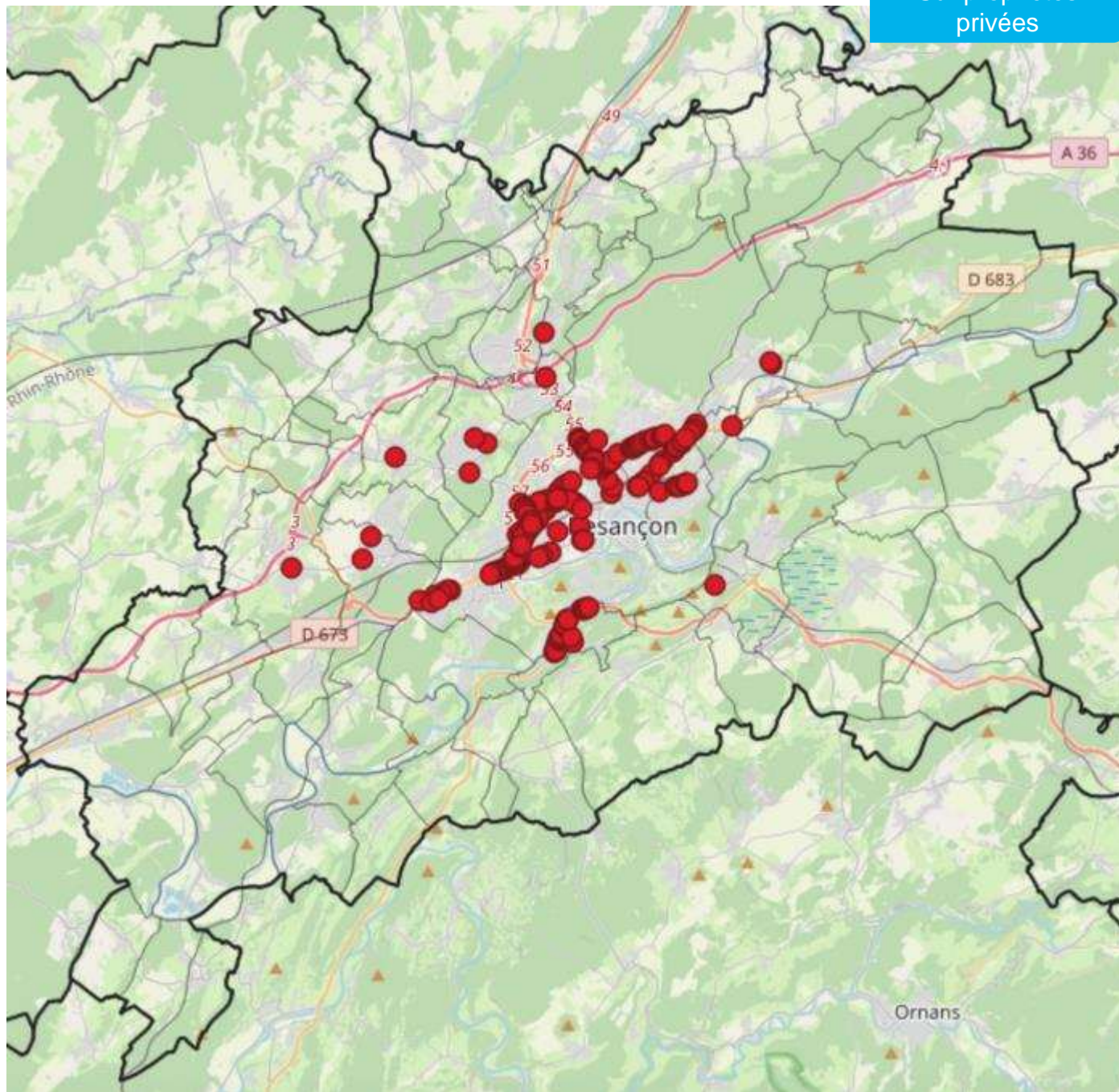


# 2 – Le diagnostic, une photographie du territoire

*Publicités & Préenseignes*



ENVIRON 280  
PANNEAUX  
PUBLICITAIRES  
SUR PROPRIÉTÉS  
PRIVÉES



# LIEUX DE CONCENTRATION DE LA PUBLICITÉ

---

Sur propriétés  
privées

La publicité s'installe dans les lieux où elle peut être vue par le plus grand nombre.

Sur le territoire, cela correspond aux axes routiers les plus empruntés, principalement :

## **BESANCON**

- rue de Vesoul
- bd Kennedy, bd Churchill
- rue de Belfort
- rue de Dole

## **BEURE**

- route de Lyon

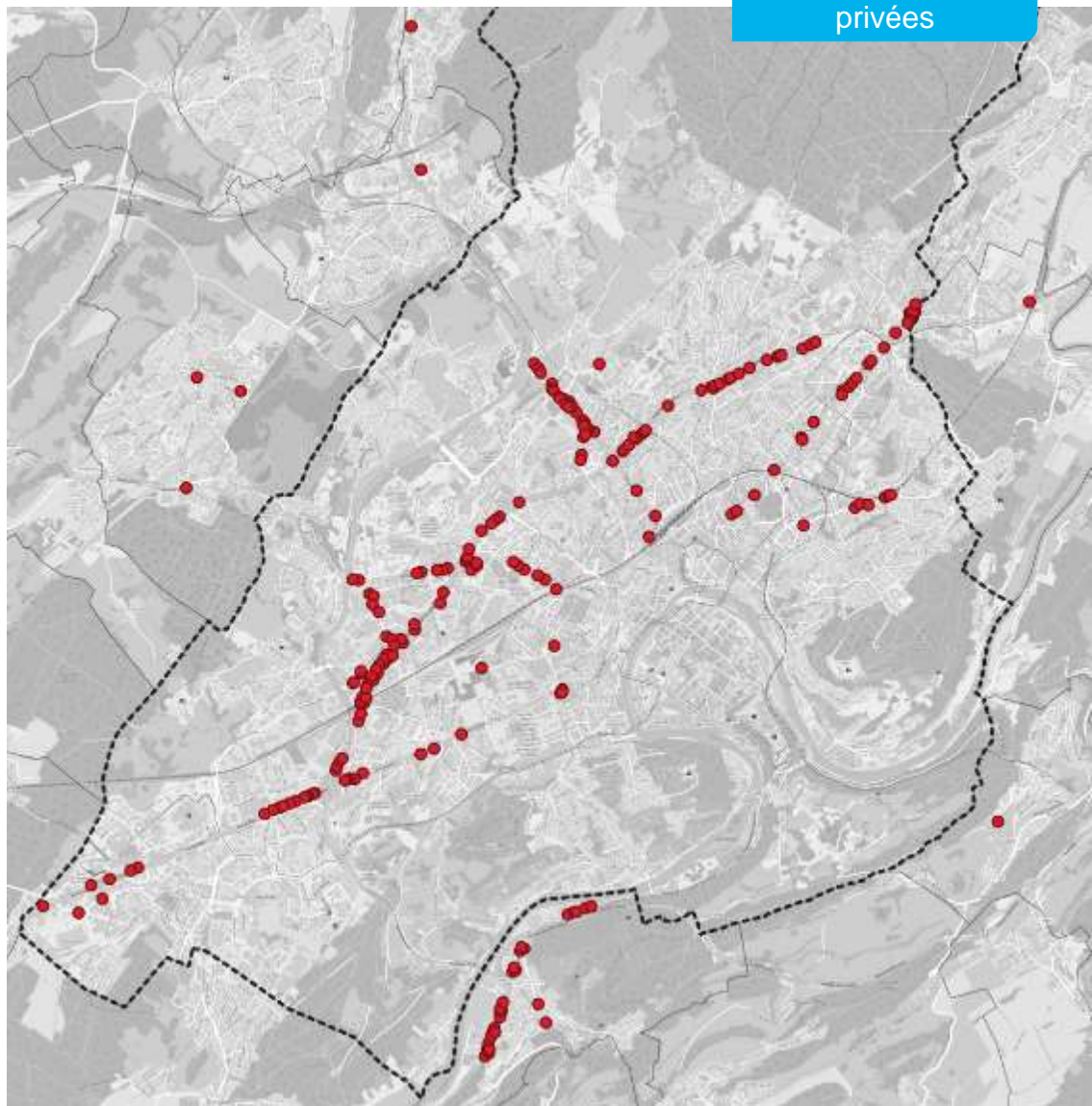
A contrario, les centralités, les secteurs principalement dédiés à l'habitat ainsi que les zones d'activités sont moins investis par la publicité.

# ZOOM SUR BESANCON

Sur propriétés  
privées

## Axes investis par la publicité:

- rue de Vesoul
- bd Kennedy, bd Churchill
- rue de Belfort
- rue de Dole



# RÉPARTITION INÉGALE ENTRE LES COMMUNES

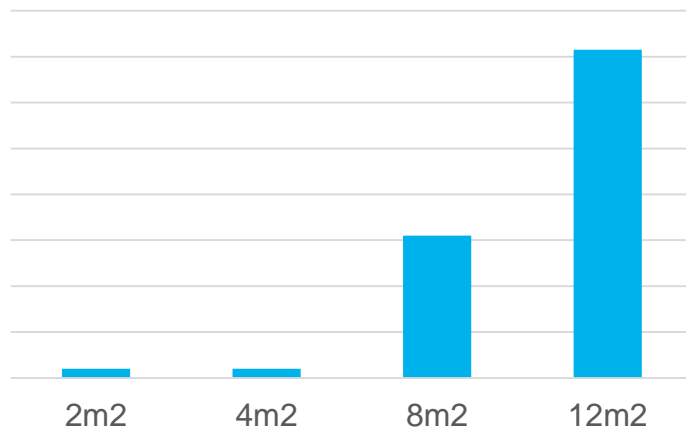
Sur propriétés  
privées

COMMUNE	NOMBRE DE DISPOSITIFS PUBLICITAIRES
BESANCON	219
BEURE	35
PIREY	5
ECOLE VALENTIN, FRANOIS	4
POUILLEY-LES-VIGNES, THISE, ROCHE-LES-BEAUPRE	2
AVANNE-AVENEY, CHALEZEULE, CHATILLON LE DUC, CHEMAUDIN ET VAUX, MORRE	1

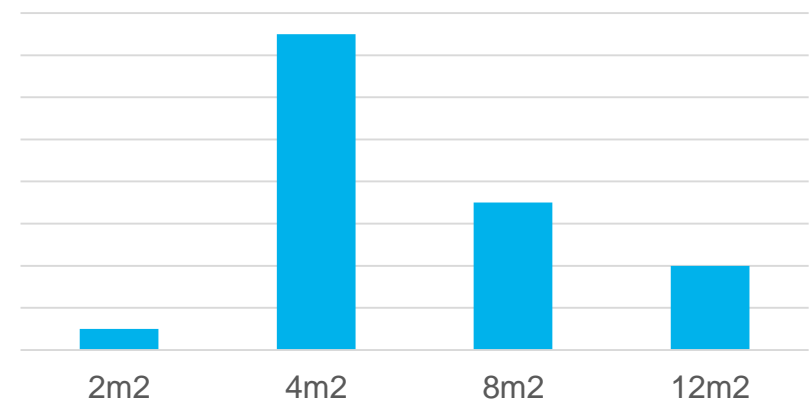
# SURFACE DES PANNEAUX

Sur propriétés  
privées

## BESANCON



## AUTRES COMMUNES



À Besançon, les dispositifs de grand format (affiche de 12 m<sup>2</sup>) sont majoritaires.

Dans les autres communes, ce sont ceux de surface d'affiche de 4 m<sup>2</sup>.

# PRÉSENCE DE QUELQUES PANNEAUX NUMÉRIQUES

---



**Au total : Moins de 10 panneaux publicitaires numériques ont été relevés à Besançon, et un à Ecole-Valentin.**

# PRÉSENCE DE PUBLICITÉ SUR MOBILIERS URBAINS

Sur domaine public



Publicité de 8 m<sup>2</sup>  
sur mobilier d'information



Publicité de 2 m<sup>2</sup>  
sur abris voyageurs

## Aujourd'hui à Besançon :

- 198 abris voyageurs
- 101 mobiliers d'information avec publicité 2 m<sup>2</sup>
- 47 mobiliers d'information avec publicité 8 m<sup>2</sup>
- 5 colonnes porte-affiches
- 8 mobiliers avec publicité numérique

# UN PARC PUBLICITAIRE AMENÉ À DIMINUER DÈS 2024

---

- L'état des lieux dressé à ce jour ne tient pas compte de l'application du RLP de Besançon en mai 2024 : de nombreux dispositifs publicitaires devraient alors être supprimés sur la commune, et ceux restants seront de surface réduite.
- Le contrat actuel de mobilier urbain de la ville de Besançon arrive à échéance fin 2024. Un nouveau contrat de mobilier urbain sera passé, par GRAND BESANCON METROPOLE.



# DES RISQUES DE CACOPHONIE VISUELLE

---

L'impact d'un dispositif est dû :

- À la typologie de support et aux formats
- Au nombre et à la densité
- Au design du matériel
- Aux mouvements, couleurs et matériaux utilisés
- À l'implantation et au contexte d'insertion

Ces effets peuvent se cumuler et entraîner parfois la cacophonie visuelle.

# EFFET D'ACCUMULATION

---



25/MAI/2023

# EFFET DE CONCENTRATION

---





# 2 – Le diagnostic, une photographie du territoire

*Enseignes*

# LES ENSEIGNES TRADITIONNELLES

---

Les enseignes des commerces indépendants, principalement situés dans les centralités et les secteurs dédiés à l'habitat, sont globalement correctement intégrées à leur bâtiment-support et à leur environnement immédiat : teintes sobres, nombre limité d'enseignes perpendiculaires, positionnement au plus près du rez-de-chaussée, réalisation en caissons et plus rarement en lettres découpées...



Les enseignes traditionnelles sont principalement parallèles et perpendiculaires au mur.

# LES ENSEIGNES TRADITIONNELLES



# LES ENSEIGNES DANS LE SPR DE BESANCON

Les enseignes situées dans le Site Patrimonial Remarquable de Besançon sont **particulièrement qualitatives** : réalisation en lettres et signes découpés, mode d'éclairage discret, limitation du nombre d'enseignes perpendiculaires et positionnement dans le prolongement de l'enseigne parallèle...



# LES ENSEIGNES DES ZONES COMMERCIALES

Les enseignes des zones commerciales sont plus manifestes dans leur format, étant destinées à être vues de loin : enseignes en toiture, enseignes scellées au sol, enseignes numériques...

Elles sont relativement sobres et bien intégrées, surtout lorsque la zone est récente.







# 3 – Les pistes de travail identifiées

# DOUBLE LOGIQUE DU RLPI

---

## HARMONISATION LES RÈGLES A L'ECHELLE DES 68 COMMUNES...

- garantir une égalité de traitement de tous les habitants
- renforcer l'identité du territoire

## ... DANS LE RESPECT DES DIFFERENTES AMBIANCES PAYSAGERES

- respecter les différentes typologies paysagères du territoire sans établir un RLP à la commune
- assurer la protection des secteurs les plus sensibles du point de vue patrimonial et paysager

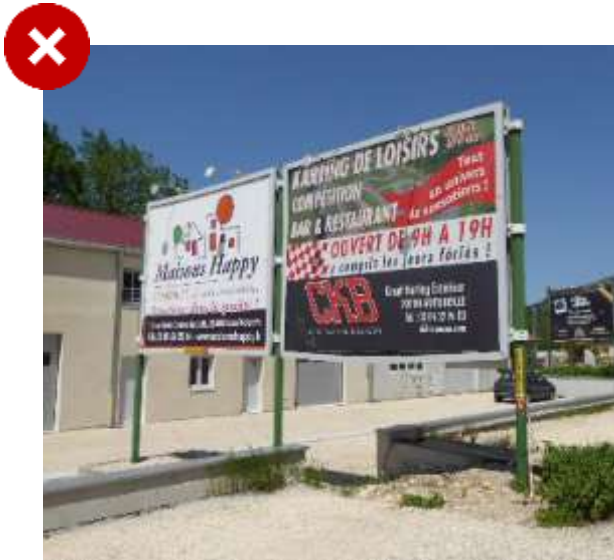
# ENCADRER LA PRÉSENCE DES PUBLICITÉS ET ENSEIGNES LUMINEUSES POUR LIMITER LEUR IMPACT VISUEL ET ÉNERGÉTIQUE

- **Définir une obligation d'extinction nocturne** (plage horaire ? Extinction dès la fermeture de l'établissement ?)
- **Contraindre l'installation des publicités et enseignes numériques** (les interdire dans certains endroits ? Limiter leur nombre et surface ailleurs ?)
- **Encadrer les publicités et enseignes lumineuses situées derrière les vitrines des commerces** (surface unitaire/cumulée ? Obligation d'extinction nocturne ? Seuil de consommation énergétique ? Seuil de luminance ?)



# ATTÉNUER LA PRÉGNANCE VISUELLE DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES DANS LES PAYSAGES URBAINS ET RURAUX, EN RÉDUISANT LEUR NOMBRE ET LEUR SURFACE

- Interdire les dispositifs côte-à-côte
- Interdire la publicité scellée au sol dans les secteurs d'habitat (égalité de traitement de tous les habitants)



# ACCROITRE LA QUALITÉ DES ENSEIGNES EN RESPECTANT LA DIVERSITÉ DES ACTIVITÉS ET L'IDENTITÉ DES COMMUNES

- Définir des principes de bonne intégration d'une enseigne sur son bâtiment et dans son environnement = un standard commun



# PROTÉGER LES ESPACES LES PLUS SENSIBLES DU POINT DE VUE PATRIMONIAL ET PAYSAGER

---

## PUBLICITÉ

- Déroger de manière très limitée au principe d'interdiction / Admettre uniquement des formes de publicité directement contrôlées par les collectivités : publicités sur mobilier urbain (contrat) et publicités directement installées sur le sol (autorisation d'occupation du domaine public)



## ENSEIGNE

- Instaurer des règles précises invitant à une très grande sobriété des enseignes



# PRÉSERVER LES PAYSAGES DU QUOTIDIEN (= SECTEURS D'HABITAT)

---

- Interdire la publicité scellée au sol dans les secteurs d'habitat.
- Réduire le nombre et les surfaces des publicités murales.



# RÉDUIRE LE NOMBRE DES PUBLICITÉS LE LONG DES AXES ROUTIERS STRUCTURANTS ET EN ENTRÉES DE VILLES

---

## **PUBLICITÉ**

- Interdiction de dispositifs « côte à côte ».
- Maintien, voire renforcement, du niveau de protection défini par le récent RLP de Besançon.

## **ENSEIGNE**

- Accroître la visibilité des activités le long des axes en différenciant les dispositifs dédiés aux publicités de ceux dédiés aux enseignes.





# CONSERVER DES POSSIBILITÉS D’AFFICHAGE (PUBLICITÉS ET ENSEIGNES) DANS LES ESPACES À DOMINANTE D’ACTIVITÉS

Dans ces secteurs de flux, généralement éloignés des habitations, des possibilités plus souples d’installation de publicités et enseignes pourraient être admises (ex: enseignes en toiture, publicités numériques...). L’objectif serait de donner priorité à la visibilité des activités locales.





# 4 – La concertation

# POUR S'INFORMER

---



Rendez-vous sur la **page dédiée** :

<https://www.registre-dematerialise.fr/4785/>



**Téléchargez** le dossier de concertation



**Découvrez l'évolution** du projet grâce aux supports qui seront réalisées : lettres, affiches...

# POUR PARTICIPER

---



Par **message électronique** :

[concertation-publique-4785@registre-dematerialise.fr](mailto:concertation-publique-4785@registre-dematerialise.fr)



Sur les **registres** mis à disposition  
au siège de Grand Besançon Métropole  
et dans chacune des Mairies



Par **courrier postal** : *Grand Besançon Métropole –  
Mission PLUi, 4 rue Plançon, 25000 Besançon*



En **réunion publique**



Grand  
Besançon  
Métropole

**Grand Besançon Métropole**  
Communauté urbaine

---

La City - 4 rue Gabriel Plançon  
25043 Besançon Cedex

Tél. 03 81 87 88 89 - Fax 03 81 87 88 08  
[www.grandbesancon.fr](http://www.grandbesancon.fr)