

DEPARTEMENT DE LA SAVOIE

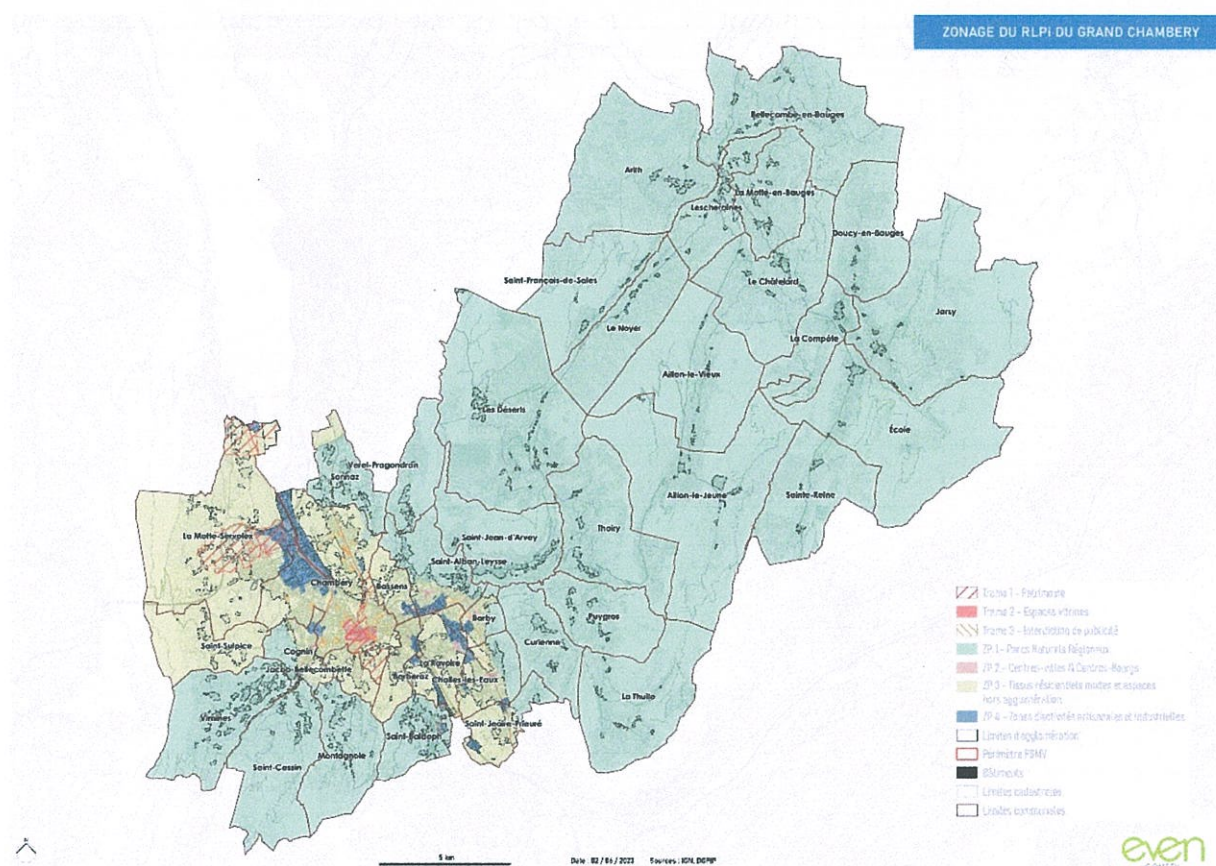
COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DU GRAND CHAMBERY

ENQUÊTE PUBLIQUE SUR LE RLPI DU GRAND CHAMBERY (SAVOIE)

ENQUÊTE PUBLIQUE N° E23000050/38

DU LUNDI 5 JUN 2023 AU MERCREDI 5 JUILLET 2023

RAPPORT DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR



Alain VINCENT
Commissaire-enquêteur

Préambule

Par lettre en date du 16 mars 2023 Madame la Vice-Présidente du Grand Chambéry chargée de l'urbanisme et du droit des sols a demandé la désignation d'un commissaire-enquêteur au Président du Tribunal Administratif de Grenoble pour conduire l'enquête publique, ayant pour objet le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) arrêté par délibération du conseil communautaire en date du 26 janvier 2023.

Par décision n° E23000050/38 du 29 mars 2023 Monsieur le Président du Tribunal administratif de Grenoble a désigné à cet effet M. Alain VINCENT en qualité de Commissaire Enquêteur.

Par arrêté n° 2023-023A en date du 24 avril 2023 la Communauté d'agglomération du Grand Chambéry a prescrit l'ouverture d'une enquête publique, dont le siège a été fixé au domicile de Grand Chambéry pour la période du lundi 5 juin 2023 au mercredi 5 juillet 2023.

1. La communauté d'agglomération du Grand Chambéry

Créée le 1er janvier 2017, la communauté d'agglomération connue sous l'identité administrative de « Grand Chambéry » est issue de la fusion de Chambéry métropole et de la communauté de communes Cœur des Bauges. **Cette structure intercommunale associe 38 communes réparties sur 525 km² (52 599 hectares) et Chambéry constitue la ville centre.**

L'agglomération est structurée autour de 6 infra-territoires constituée des communes suivantes :

- Chambéry ;
- Communes urbaines : La Motte-Servolex Cognin Jacob-Bellecombette Barberaz Bassens Saint-Alban-Leysse Barby La Ravoire Challes-les-Eaux ;
- Communes d'entrée d'agglomération : Sonnaz Saint-Jean d'Arvey Saint-Jeoire-Prieuré Saint-Baldoph ;
- Piémonts de Chartreuse : Vimines Montagnole Saint Cassin Saint Sulpice ;
- Plateau de la Leysse : Verel-Pragondran Curienne La Thuile Puygros Les Déserts Thoiry ;
- Cœur des Bauges : La Motte-en-Bauges Arith Bellecombe-en-Bauges Lescheraines Le Châtelard Le Noyer Saint-François-de-Salles La Compote Ecole Jarsy Doucy-en-Bauges Sainte-Reine Aillon-le-Jeune Aillon-le-Vieux.

Les 137 829 habitants de la communauté d'agglomération du Grand Chambéry (population estimée en 2018 par Citadia Conseil) se répartissent entre ces 6 infra-territoires de la façon suivante :

- Chambéry 59 738 habitants, soit 44 % ;
- Communes urbaines 56 711 habitants, soit 41 % ;
- Communes d'entrée d'agglomération 8 598 habitants, soit 6 % ;
- Piémonts de Chartreuse 4 545 habitants, soit 3 % ;
- Plateau de la Leysse 3 061 habitants, soit 2 % ;
- Cœur des Bauges 5 176 habitants, soit 4 %.

Identifié au sein du PLUi HD, le fonctionnement du territoire de Grand Chambéry a été défini à partir d'une triple analyse :

- Géographique, au regard de la situation et du positionnement de chacune des 38 communes au sein de l'agglomération : communes de la cluse chambérienne, communes de montagne, communes situées aux portes de l'agglomération, etc. ;
- Urbaine, à partir des caractéristiques observées sur chaque commune en matière d'urbanisation, de densités et de formes d'habitat ;
- Fonctionnelle, en fonction du poids de population et des caractéristiques démographiques des communes mais également au regard de leur niveau d'équipement en matière d'accès aux services et aux transports collectifs.

Par ailleurs la définition des limites d'agglomération conditionne l'application des règles de publicité pour :

- Déterminer les lieux où la publicité est autorisée ou interdite ;
 - Déterminer le type de dispositifs et les formats autorisés en fonction du nombre d'habitants de l'agglomération.
- ⇒ Ainsi, le territoire de Grand Chambéry comporte une agglomération principale > 10 000 habitants qui correspond approximativement au secteur de la cluse urbaine ; ainsi que d'autres agglomérations secondaires < 10 000 habitants dans les autres pôles bâtis du territoire (secteur piémonts, Leysse et Bauges).
- ⇒ *Etant ici rappelé que le territoire de Grand Chambéry est en partie inclus dans l'unité urbaine de Chambéry > 100 000 habitants (191 924 habitants, INSEE 2018) et que seules deux communes du territoire ont une population supérieure à 10 000 habitants (Chambéry et la Motte-Servolex).*

2. Objet et base juridique de l'enquête

2.1 Objet de l'enquête

Grand Chambéry a prescrit l'élaboration de son RLPI en date du 28 mars 2019, et s'engage à ce que le document poursuive, en cohérence avec les orientations du PLUi HD et avec les différentes politiques publiques portées par l'agglomération, les objectifs suivants :

- Assurer un traitement cohérent de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de Grand Chambéry et garantir un cadre de vie de qualité en prenant en compte la diversité des paysages de l'agglomération de la cluse urbaine aux territoires ruraux et de montagne
 - Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire intercommunal pour renforcer son identité ;
 - Prendre en compte la diversité des paysages urbains, périurbains et naturels de Grand Chambéry ;
 - Affirmer la qualité des quartiers et lieux de vie et les identités locales en prenant en compte le patrimoine bâti exceptionnel (PSMV et AVAP valant SPR (sites patrimoniaux remarquables) de Chambéry) tout comme le patrimoine des villes et des bourgs ;
 - Affirmer les exigences d'intégration paysagère et architecturale et de qualité des dispositifs de publicité et des enseignes
 - Limiter la pollution visuelle et nocturne et développer la sobriété énergétique des dispositifs lumineux
- Développer l'attractivité du territoire
 - Renforcer l'attractivité du territoire tant comme lieu de vie et de travail que pour le tourisme
 - Répondre aux enjeux de revitalisation du centre de Chambéry portés par le projet Cœur de Ville
 - Renforcer l'attractivité des zones économiques en assurant une meilleure lisibilité des activités et un environnement qualitatif, et mettre en valeur les secteurs commerciaux, dans les centres comme en périphérie, par l'efficacité et la qualité des dispositifs de communication commerciale

- Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes aux entrées de ville
- Valoriser les parcours et les sites touristiques de l'agglomération
- Harmoniser les règles et permettre le développement d'outils
 - Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication
 - Répondre aux besoins des équipements publics en leur offrant des outils de communication efficaces et adaptés
 - Prendre en compte les besoins spécifiques nécessaires à l'organisation de grands évènements culturels, sportifs ou autres
- Mettre en œuvre un règlement et des outils adaptés aux communes de l'agglomération et des outils à la disposition des collectivités
 - Harmoniser les règles et développer une équité règlementaire à l'échelle de l'agglomération tout en tenant compte des spécificités locales, et en s'appuyant sur le travail mené dans le cadre de l'élaboration du PLUi HD
 - Equilibrer l'efficacité de l'information délivrée avec la préservation du cadre de vie, que l'on soit en centre urbain, dans les bourgs et les villages ou en zone moins dense plus naturelle
 - Prendre en compte l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire et anticiper l'évolution de la ville
 - Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire et anticiper l'évolution de la ville.

2.2 Bases juridiques de l'enquête publique sur le RLPI

▪ Le cadre règlementaire du droit de l'affichage extérieur

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, succédant à la loi de 1943, permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Depuis la loi du n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE), les Règlements Locaux de Publicité (RLP) constituent des outils règlementaires qui permettent aux établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) de règlementer la publicité extérieure dans un objectif de protection du cadre de vie des populations, tout en veillant à préserver la liberté d'expression.

Le règlement national de publicité (RNP) est constitué de prescriptions relatives aux publicités, enseignes et préenseignes, codifiées dans le Code de l'Environnement au chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581-45) et au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Cette partie du Code de l'Environnement a été réformée par décret ministériel (n°2012-118) le 30 janvier 2012, entré en vigueur le 1er juillet 2012. Ce décret vise à protéger le cadre de vie en limitant la publicité extérieure, tout en permettant l'utilisation de moyens nouveaux. Il réduit les formats des dispositifs publicitaires muraux, en fonction de la taille des agglomérations. Il institue une règle de densité pour les dispositifs classiques scellés au sol et muraux le long des voies ouvertes à la circulation publique. La publicité lumineuse, en particulier numérique, est spécifiquement encadrée, tout comme la publicité sur bâches.

Le Règlement Local de Publicité (communal ou intercommunal) est encadré conjointement par le Code de l'Environnement et le Code de la Route.

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) est une déclinaison locale du Règlement National de Publicité (RNP. C'est un document qui régit le droit environnemental de l'affichage - de manière plus restrictive que la règle nationale - la publicité, les enseignes et les préenseignes sur un territoire donné. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en tenant compte des spécificités du territoire pour lequel il est élaboré (entrées de ville, sauvegarde du patrimoine naturel).

- Nonobstant, en dehors des lieux où le RNP s'appliquait – donc demain en dehors de ceux du RLPI – **les interdictions visées par le code de la route restent opposables à toutes publicités, préenseignes et enseignes :**
 - Sur l'emprise des voies ouvertes à la circulation publique sauf dérogation spécifique
 - Sur les aires de stationnement et les aires de services pour les préenseignes.
- D'autre part, la Convention Européenne du Paysage du 20 octobre 2000 implique des droits et des responsabilités pour chacun envers le paysage, tel que désigné par la loi pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages (RBNP) du 8 août 2016 : **le paysage évolue et nécessite d'être accompagné pour maîtriser le cadre de vie et assurer sa qualité.**

3. Les principales dispositions applicables au Grand Chambéry

Le droit environnemental de l'affichage concerne les dispositifs visibles depuis « toute voie ouverte à la circulation publique » : la notion de terrain public ou privé n'entraîne pas de différence de traitement. Toutefois, les dispositifs doivent être implantés sur des voies extérieures en bordure desquelles un paysage urbain ou naturel est à protéger.

Trois catégories de dispositifs identifiés par le Code de l'Environnement font l'objet de règles spécifiques :

- Les publicités : « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention. »
- Les préenseignes : « toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée ». –
- Les enseignes : « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce ».

Pour ces dispositifs, le RNP fixe des règles de conformité concernant le format, le nombre, la localisation, la typologie, les modalités d'installations, le mode d'éclairage, entre autres en tenant compte des règles nationales d'interdiction distinguant :

▪ **Pour la publicité et les préenseignes :**

- Des secteurs d'interdiction absolue de publicité
- Des secteurs d'interdiction relative où l'affichage extérieur peut être réintroduit par un RLPI

▪ **Pour les enseignes**

Les dispositions du RNP applicable aux enseignes sont différentes selon qu'elles sont installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, posées à plat ou perpendiculairement à un mur ou scellées au sol ou directement installées sur le sol.

Les enseignes suivantes sont interdites :

- Enseignes perpendiculaires à une fenêtre ou un balcon (Art. R581-61 CE)
- Enseignes clignotantes, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence (Art. R581-59 CE).

Nota 1 : La récente Loi « Climat et Résilience » du 24 août 2021, a précisé le champ de compétence du RLPI sur les enseignes lumineuses, définies en tant que tout dispositif installé à l'extérieur du commerce sur son assiette foncière, ainsi que tout dispositif situé à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial destiné à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique.

- ⇒ LES ENSEIGNES LUMINEUSES (Art. R581-59 CE) doivent être éteintes entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. **Il n'y a pas de distinction entre les typologies d'agglomérations.** Toutefois, lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.

Nota 2 : Les dispositions régissant les conditions d'implantation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas conditionnées par le nombre d'habitants de l'agglomération où elles sont implantées. La règle de densité des enseignes est différente de celle des publicités.

Nota 3 : Les dispositions spécifiques (surface, hauteur, densité) s'appliquant aux enseignes sont différentes selon que les agglomérations comptent plus ou moins de 10 000 habitants.

▪ **Pour les dispositifs temporaires**

Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, les préenseignes temporaires peuvent être installées dans les conditions définies par le code de l'environnement. Les enseignes temporaires suivent les règles d'extinction lumineuses des enseignes permanentes. Les enseignes temporaires sur toiture ou terrasse suivent les règles de surface cumulée des enseignes permanentes.

LES SUPPORTS SPECIFIQUES

- **Le mobilier urbain** peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité. C'est le cas pour (Art. R581-42 à 47 du Code de l'Environnement) :
 - Les abris destinés au public ;
 - Les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial édifés sur le domaine public ;
 - Les colonnes porte-affiches (ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (Art. R581-45 du Code de l'environnement) ;
 - Les mâts porte-affiches (sont utilisables exclusivement pour l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives (Art. R.581-46 du code de l'environnement) ;
 - Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques ;
 - **Les bâches** : elles comprennent les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ainsi que les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autre que les bâches de chantier. (Art. R581-53 du Code de l'environnement).
 - **Les enseignes ou préenseignes**
 - Qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
 - Qui signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente, installées pour plus de trois mois
 - **Les enseignes** installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.
- ⇒ **L'affichage d'opinion** : conformément à l'article L.581-16 du Code de l'environnement, les communes ont l'obligation de mettre à disposition des citoyens des surfaces d'affichage, dites communément « d'affichage libre ». L'article R.581-2 fixe la surface minimum attribuée dans chaque commune.

4. Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPI) arrêté par le conseil communautaire du Grand Chambéry le 26 janvier 2023

Au regard des dispositions de la loi Grenelle II, la procédure d'élaboration d'un RLPI est identique à celle d'un Plan Local d'Urbanisme. Les principales étapes sont : - Le diagnostic et les orientations ; - La transcription règlementaire des orientations en règlement et en zonage ; - L'arrêt du projet ; - L'approbation du projet.

- Le Règlement Local de Publicité intercommunal se compose de trois documents :
- Un rapport de présentation qui s'appuie sur un diagnostic, et définit des orientations et objectifs et explique les choix retenus ;
 - Un règlement détaillant le zonage et les dispositions s'appliquant à chaque zone ;
 - Des annexes : les documents graphiques faisant apparaître sur l'ensemble du territoire les zones identifiées par le RLPI et les limites de l'agglomération fixées par le maire, également représentées sur un document graphique avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites. Le RLPI peut en outre comporter d'autres éléments permettant de faciliter la compréhension du document tels qu'un glossaire, des schémas explicatifs, etc.

5. Les motifs et les avantages du RLPI extraits du rapport de présentation arrêté le 26 janvier 2023

5.1 La caducité des RLP communaux

Par délibération en date du 28 mars 2019, le Conseil Communautaire de Grand Chambéry a prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal (RLPI). Il se substituera aux 12 règlements locaux de publicité communaux existants sur le territoire qui sont devenus caduc au 13 juillet 2022.

En effet le délai de caducité des RLP « non grenellisés », initialement fixé à partir du 14 juillet 2020 (loi Grenelle II), a été prolongé par la loi relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique du 27 décembre 2019 (articles 22 et 23) pour les EPCI ayant prescrit l'élaboration d'un règlement local de publicité intercommunal, ce qui est le cas de Grand Chambéry. Ainsi les RLP communaux (sauf le RLP de Saint-Alban-Leysse approuvé le 5 juillet 2011) ont vu leur caducité reportée de 2 ans, soit au 13 juillet 2022. Par conséquent, à défaut d'élaboration d'un RLPI dans ce délai, les règlements locaux concernés seraient remplacés par le règlement national de publicité (RNP)

Nonobstant, cette contrainte de temps est toutefois l'occasion pour Grand Chambéry d'uniformiser la réglementation de l'affichage extérieur sur l'ensemble du territoire, et d'élaborer un RLPI à partir des nouveaux outils réglementaires existants.

5.2 Le RLPI, une plus-value par rapport au RNP

Au-delà d'éviter par défaut l'application du RNP sur le territoire de Grand Chambéry, l'élaboration d'un RLP Intercommunal confère davantage de cohérence au territoire, en adaptant et précisant la réglementation nationale au regard des enjeux paysagers, touristiques, économiques et de cadre de vie propres au territoire : sa géographie, son organisation urbaine, ses axes structurants, ses volontés politiques locales en matière de préservation de l'environnement et d'encadrement de certains champs réglementaires non couverts par le RNP.

Avec un objectif de préservation plus forte et souvent plus vertueuse du territoire que celle du RNP sur tout le territoire - sauf hors agglomération où la publicité reste toujours interdite et sauf au sein des périmètres d'interdiction relative, où la publicité peut être réintroduite sous conditions (formats réduits, etc.)

Enfin le RLPI a un effet rétroactif qui entraîne dès sa publication : une obligation de mise en conformité des publicités et pré enseignes existantes dans un délai de 2 ans, une obligation de mise en conformité des enseignes existantes dans un délai de 6 ans.

5.3 Une nouvelle répartition des compétences

A. Rappels :

- a. Le pouvoir de police appartient par principe au préfet, mais il est transféré au maire s'il existe un RLP : dans ce cas, le maire a compétence sur l'ensemble du territoire communal, même dans les zones qui ne sont pas couvertes par le RLP.

- b. L'autorité investie du pouvoir de police délivre les autorisations requises avec le cas échéant accord ou avis de l'architecte des Bâtiments de France (ABF), du Préfet de région ou du service de l'aviation civile.
 - c. L'accord de l'ABF est nécessaire pour les autorisations d'enseignes dans un périmètre de 500 m autour d'un monument lorsqu'il existe un RLP, 100 mètres en absence de RLP.
 - d. Le Code de l'environnement définit un régime pour les agglomérations inférieures à 10 000 habitants et un autre régime pour celles qui sont supérieures à 10 000 habitants.
- **A partir de l'approbation du RLPI l'instruction des demandes et le pouvoir de police seront de compétence communale. Toutefois à compter du 1er janvier 2024, en application de la loi Climat et résilience du 22 Août 2021, le pouvoir de police pourra être transféré au président de Grand Chambéry, sauf renonciation expresse.**
- B. **Nota** : la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) reste, de compétence communale, et peut être instaurée qu'il existe ou non un RLPI.

5.4 Une mise en conformité de l'affichage extérieur cohérente à l'échelle du territoire

Etant préalablement rappelés les constats suivants :

- **Concernant les publicités et préenseignes**
 - Que les dispositifs publicitaires existant actuellement se répartissent de la manière suivante : Publicités sur panneaux 36 %, Préenseignes 34 %, Publicités sur mobilier urbain 30 % ;
 - Qu'en termes de localisation géographique,
 - Les petits formats sont observables partout sur le territoire, principalement sous forme de mobilier urbain dans les centres urbains patrimoniaux, ou de préenseignes dans les espaces plus ruraux ;
 - Les plus grands formats (entre 5 et 10m² ou > 10m²) sont observés aux abords des axes d'entrée de territoire ;
 - Que 62 % des dispositifs publicitaires ayant une surface moyenne de 7,3 m² sont scellés au sol et impactent fortement le paysage ;
 - Que 68 % des dispositifs actuels ne sont pas conformes au RNP par rapport à leur localisation géographique (agglomérations <10 000 habitants et hors agglomération) ou à leur nature (publicité au sol en particulier)
 - Que l'affichage sur le domaine public ferroviaire (sous concession nationale à JCDecaux échappant à tout encadrement local) pourrait être soumis par le RLPI à des règles d'implantation des dispositifs publicitaires en le traitant soit de manière homogène dans son intégralité, soit en le traitant de manière différenciée en fonction des espaces traversés.
- **Concernant les enseignes**
 - Que des axes d'amélioration sont possibles en termes d'intégration architecturale et de qualité des enseignes ;
 - Que les enseignes perpendiculaires constituent une problématique récurrente ;

- Que les chevalets (principalement au cœur de Chambéry) interrogent par leurs formats et leur piètre qualité ;
- Que les zones d'activité économiques et commerciales concentrent les enseignes (souvent confondues avec la publicité) et les infractions (enseignes trop hautes, en toiture sans lettrage découpé, au sol en surnombre (drapeaux, promotions), posées sur des supports interdits tels que pylônes ou arbres) ;
- Que la surenchère des dispositifs a tendance à complexifier la lecture de l'espace et à desservir la visibilité des enseignes ou leur qualité ;
- Que dans les espaces ruraux les enseignes entrent en conflit avec le grand paysage et peuvent déqualifier un environnement préservé ;

Il apparaît clairement que le RLPI du Grand Chambéry trouve sa justification au regard des infractions à la réglementation de l'affichage extérieur constatées sur le territoire, ainsi qu'au regard du besoin de mise en harmonie des dispositifs publicitaires avec la protection du cadre de vie des habitants.

5.5 Un cadre paysager et urbain garant de la qualité du cadre de vie à préserver

Grand Chambéry se caractérise par les différentes composantes de son territoire : un grand paysage d'exception situé au cœur des Alpes entre trois massifs, caractérisé par une mosaïque d'entités paysagères de montagne et d'entités urbaines : cluse de Chambéry cœur d'agglomération, coteau du Mont du Chat et de la Montagne de l'Épine, piémont de Chartreuse, coteau du piémont du Granier, piémont des Bauges, piémont méridional du Mont Revard, piémont du Nivolet et du Mont Revard, plateau sud de La Leysse, plateau nord de La Leysse, vallée de Saint-François de Salle et du Noyer, vallée des Aillons, les Bauges Devant, les Bauges Derrière, les Hautes Bauges.

Au regard des enjeux urbains, paysagers, environnementaux, architecturaux et patrimoniaux, de mobilité ou encore économiques, **l'objectif du RLPI est d'identifier, en vis-à-vis des enjeux d'affichage, les conditions d'une intégration harmonieuse des dispositifs publicitaires dans leur environnement, permettant de préserver des vues sur le grand paysage, la toile de fond omniprésente, indispensable pour conforter la qualité des espaces et conserver des ambiances apaisées.**

Grand Chambéry se situe à la croisée des massifs alpins des Bauges et de la Chartreuse, dont la continuité écologique est reconnue comme prioritaire à l'échelle Alpine.). L'agglomération Chambérienne est en contact direct avec les paysages plus ruraux des alentours, dont les parcelles agricoles créent des pénétrantes vertes qui permettent une entrée de la biodiversité en ville. **Le RLPI doit protéger l'organisation spatiale du réseau écologique créant de nombreuses interfaces entre les aménités naturelles et les espaces urbanisés (axes, habitat, économie) où l'affichage extérieur, lorsqu'il est présent, doit s'insérer de manière qualitative pour garantir la fonction première écologique et assurer l'ambiance apaisée des espaces.**

Si elle est parfois difficile à appréhender, la pollution lumineuse influe grandement sur de nombreuses espèces, qu'elles soient nocturnes ou diurne. Si la partie bâtie du territoire est épargnée par la pollution lumineuse, le tissu urbain de l'agglomération Chambérienne est une source importante de lumière. **Le RLPI est un véritable levier pour la préservation de cette trame noire bénéfique à la santé, à travers par exemple des restrictions de l'affichage lumineux dans les secteurs jugés sensibles.**

Le territoire de Grand Chambéry se caractérise par une grande diversité de formes urbaines, une mosaïque de morphologies urbaines, qui témoigne d'une urbanisation par étapes à l'origine d'une forte séparation des fonctions urbaines résidentielles, économiques, commerciales et d'équipement à l'échelle du territoire. Le territoire est donc confronté à un paysage urbain globalement hétérogène, marqué par de nombreux effets de ruptures et à une mixité peu perceptible dans les pratiques quotidiennes du territoire. **L'enjeu pour le RLPI est d'identifier et de spatialiser la diversité des espaces urbains afin de parvenir à les traiter spécifiquement au regard de l'affichage extérieur. De plus, la politique d'affichage doit servir les dynamiques d'aménagement en cours, et tenter d'adopter une vision prospective du territoire.**

Sur le territoire, trois typologies de centralités urbaines sont identifiées : le centre-ville de Chambéry, les centres-villes des communes urbaines et les centres-bourgs, apparentés aux chefs-lieux des communes du Cœur des Bauges, du Plateau de la Leysse et du Piémont de Chartreuse. **Dans ces secteurs, le Règlement Local de Publicité intercommunal a une double action : - Entériner des pratiques d'affichage de qualité, notamment sur les enseignes, et particulièrement quand l'espace est doté d'une fonction patrimoniale (SPR, monuments historiques, etc.) - Accompagner des dynamiques de requalification ou revitalisation en veillant en amont à l'intégration paysagère des dispositifs.**

Les hameaux ne constituent souvent pas des lieux de concentration de l'affichage, mais peuvent toutefois accueillir des commerces/services, ponctuellement accueillir des affichages temporaires liés à des manifestations culturelles, touristiques ou encore des indications de localisation d'activités touristiques, relatives aux productions de terroir, etc. **Le RLPI doit permettre de fixer et de faire connaître un cadre pour la gestion de ces affichages.**

Les tissus pavillonnaires sont des secteurs à vocation résidentielle quasi exclusive et devront à ce titre être préservés au maximum d'un affichage publicitaire qui pourrait altérer le cadre de vie (réglementation en densité, format et hauteur par exemple), et définir des conditions d'installation d'enseignes compatibles avec la vocation résidentielle du tissu.

Le territoire compte de nombreux éléments de patrimoine bâti reconnus et protégés par des périmètres particuliers. Ils révèlent une partie de l'Histoire du territoire et donc son identité : des sites classés des sites inscrits, 45 Monuments, 2 Sites Patrimoniaux remarquables. A proximité des éléments de patrimoine labellisé « Architecture contemporaine remarquable » d'autre part, **le RLPI doit proposer un traitement spécifique de l'affichage extérieur en harmonie avec la qualité et la signification de ces bâtiments et de leur environnement immédiat.** Il s'agit aussi de prévoir les conditions optimales d'intégration de l'affichage extérieur dans les secteurs urbains denses que représentent les cœurs de ville et cœurs de bourgs du territoire. **Le RLPI peut d'autre part participer à maintenir les limites d'urbanisation et à créer des transitions douces en réglementant dans les franges les dimensions des supports d'affichage.**

5.6 Une économie dynamique à protéger, des flux de déplacement importants à conjuguer

Une zone de plaine qui concentre les zones d'activités économiques formant un « corridor » fracturant l'agglomération où **le RLPI devra œuvrer de manière à ce que l'affichage ne renforce pas cette fracture.**

Des zones d'activités diversifiées, dont l'envergure s'organise à plusieurs échelles, au sein de tissus urbains aux morphologies et qualités différentes, avec des relations aux espaces naturels environnants différentes : **un enjeu de taille pour l'affichage extérieur qui doit s'adapter aux particularités locales**, tout en maintenant une certaine forme de cohérence à l'échelle du territoire.

L'omniprésence de l'affichage pour indiquer les espaces commerciaux doit être maîtrisé par le RLPI de sorte à l'adapter aux qualités paysagères de ces derniers.

Le territoire de Chambéry connaît un dynamisme touristique territorial lié à son patrimoine bâti que l'affichage extérieur doit accompagner en veillant à la qualité des pratiques. Le territoire de Grand Chambéry possède également des sites attractifs liés aux sports d'hiver qui participent à son identité : **il s'agit à la fois de rendre ces sites visibles mais aussi de les préserver d'un affichage extérieur qui pourrait dénaturer leurs qualités et leur fonction première d'espaces de « grande nature ».**

L'omniprésence de la voiture individuelle renforce les enjeux d'affichage publicitaire sur les axes routiers du territoire, mais aussi aux cœurs des espaces urbains, dans les tissus de centres-villes et de centres-bourgs. **L'encadrement de l'affichage extérieur devra s'adapter aux typologies d'axes et éventuellement fonctionner par séquences. L'affichage publicitaire le long des axes routiers peut contribuer par des proportions adaptées à créer des ambiances moins « routières » et plus favorables aux modes doux.** De même, une attention particulière pourra être portée aux formats des affichages publicitaires dans les zones à vocation apaisée, plus fréquentées par les piétons (voies se connectant au centre-ville, aux espaces publics et espaces verts).

Les entrées de territoire et de ville sont quasi systématiquement en covisibilité avec une toile de fond paysagère. « **L'effet vitrine** » offert justifie la **nécessité d'une vigilance particulière** quant à la qualité de l'affichage extérieur : cohérence avec les ambiances des tissus urbains traversés et les besoins économiques, identification de séquences sensibles.

Au regard de l'offre de transports en commun, Le RLPI devra veiller à ce que la densité des dispositifs et la qualité du mobilier urbain mobilisé soit cohérentes avec le tissu urbain à proximité. La réalisation des nouveaux projets serait l'occasion de repenser les stratégies d'affichage publicitaire sur les axes et secteurs concernés, afin d'adapter les pratiques aux nouveaux enjeux générés.

6. Les justifications des choix opérés dans la traduction réglementaire des orientations et des objectifs arrêtés par délibération du conseil communautaire n°023-23 C

RAPPEL DES ORIENTATIONS ET DES OBJECTIFS

Le diagnostic du territoire de Grand Chambéry a fait émerger **plusieurs enjeux d'affichage extérieur** rappelés aux points 3 et 4 ci-dessus du présent rapport. **Pour répondre à ces enjeux** la collectivité a défini :

- **Trois orientations principales :**

➤ **Orientation 1 : Préserver et mettre en valeur les ambiances diversifiées des espaces de vie du quotidien ;**

Pour traduire cette orientation **le RLPI fixe les objectifs suivants :**

- Mettre en valeur et créer des centres-bourgs où la déambulation est agréable et les activités sont lisibles ;
- Articuler la préservation des écrans patrimoniaux avec le dynamisme de ces secteurs, particulièrement lorsqu'ils sont situés au cœur de ville ;
- Rendre cohérent l'affichage opéré dans les espaces ruraux avec les qualités écologiques et paysagères environnantes ;
- Doter tous les espaces habités de solutions pour exprimer leur besoin de visibilité et communication dans le respect des enjeux notamment paysagers, écologiques, patrimoniaux et sanitaires en présence.

➤ **Orientation 2 : Améliorer la visibilité des activités au sein de secteurs stratégiques et vitrines ;**

Pour traduire cette orientation **le RLPI fixe les objectifs suivants :**

- Veiller à la qualité des entrées de ville en exigeant une qualité dans le traitement de l'affichage extérieur
- Adapter les formats d'affichage à l'échelle de l'axe et aux ambiances paysagères traversées
- Lutter contre la banalisation paysagère et urbanistique des zones d'activité économiques et commerciales, tout particulièrement lorsqu'elles sont situées en position de « vitrines »
- Améliorer la lisibilité des zones d'activités économiques et commerciales en dédensifiant le parc d'affichage
- Rechercher l'intégration et l'esthétisme des enseignes dans les zones d'activités économiques et commerciales

➤ **Orientation 3 : Intégrer les dynamiques de l'affichage dans la structure paysagère du territoire, source d'attractivité ;**

Pour traduire cette orientation **le RLPI fixe les objectifs suivants :**

- Préserver les vues emblématiques sur les reliefs et paysages montagneux environnants
- Promouvoir des dispositifs de qualité et adaptés aux enjeux en présence, en limitant notamment l'impact visuel des dispositifs

- **Et une orientation complémentaire :**
 - Accompagner des dynamiques territoriales à l'œuvre sous l'angle de l'affichage.
- Pour traduire cette orientation le **RLPI fixe les objectifs suivants :**
- Préserver la trame noire en adoptant une vigilance sur les dispositifs lumineux et leur développement
 - Promouvoir des activités touristiques, locales et artisanales dans le territoire des Parcs Naturels Régionaux
 - Adapter l'affichage extérieur aux mobilités pratiquées au sein des espaces urbains

LE DECOUPAGE TERRITORIAL DECOULANT DES ORIENTATIONS ET OBJECTIFS

Quatre secteurs présentant chacun des enjeux publicitaires, paysagers, patrimoniaux et économiques spécifiques ont été définis à l'issue du diagnostic territorial du Grand Chambéry. Ces secteurs ont été classés en zones de publicité (ZP1 à ZP4) au sein desquelles des règles particulières ont été fixées afin de répondre aux enjeux identifiés localement.

Les quatre zones de publicité instituées permettent de proposer un cadre réglementaire pour l'affichage extérieur propre à chaque secteur :

- **La zone 1 (ZP1)** couvre les périmètres des deux parcs naturels régionaux présents sur le territoire. Il s'agit du PNR de Chartreuse et de celui des Bauges. Les deux chartes et périmètres des parcs étant en cours de révision au moment de l'élaboration du RLPI, il a été décidé de prendre en compte les futurs périmètres des parcs, même si ceux-ci ne sont pas encore approuvés.
- **La zone 2 (ZP2)** couvre les cœurs de ville et cœurs de bourg (noyaux anciens des communes) mais ne présentant pas nécessairement de caractère patrimonial institutionnel. Elle couvre les zones UCB (centre-bourg), UCV (centre-ville) et UCA en partie (cœur d'agglomération) du PLUi HD de Grand Chambéry.
- **La zone 3 (ZP3)** couvre les zones résidentielles et tissus urbains mixtes. Ce sont toutes les zones agglomérées et les espaces situés hors agglomération mais non compris dans la ZP1. Cette zone couvre les différentes zones du PLUi HD non couvertes par la ZP1, la ZP2 et la ZP4.
- **La zone 4 (ZP4)** couvre les zones d'activité économiques et commerciales : zones UA du PLUi HD tous secteurs compris. Les zones d'activités situées au sein des PNR sont en revanche classées en zone ZP1, à l'exception des zones d'activités situées sur la commune de Saint-Baldoph.

Complétement un système de trois trames, venant prendre en considération des spécificités propres à des périmètres sensibles, entre ensuite en jeu et permet de nuancer localement la réglementation de chacune des zones.

C'est le cas des périmètres patrimoniaux de protections institutionnelles ainsi que les entrées d'agglomération/ville considérés comme sensibles du point de vue de l'affichage extérieur

- **La trame 1 « Patrimoine » couvre :**
 - **Les Sites Patrimoniaux Remarquables de Chambéry ;**
 - **Les sites inscrits sur la commune de La Motte Servolex**
 - Du lac du Bourget et ses abords
 - Le périmètre délimité des abords (PDA) du Lycée agricole et du domaine Reinach ;
- **La trame 2 « Espace vitrine » couvre les entrées de ville présentant soit un caractère emblématique à préserver soit un enjeu de requalification :** les périmètres correspondant aux portions d'axes tramés ont été délimités à partir de la bordure des voies, à savoir :
 - 20 mètres de part et d'autre de la N201 et de la D1504, entrée sur le territoire par La Motte Servolex et Chambéry ;
 - 5 mètres de part et d'autre des D1006 et D991, entrée sur le territoire par Saint-Jeoire-Prieuré, Sonnaz et Cognin.
- **La trame 3 « Périmètre d'interdiction de publicité » couvre des périmètres à protéger strictement de la publicité,** notamment certaines écoles de Chambéry, une bande tampon le long de la voie verte et les zones économiques situées sur la commune de Saint-Baldoph intégrée au PNR de Chartreuse.

LES JUSTIFICATIONS DES CHOIX OPERES DANS LA TRADUCTION REGLEMENTAIRE

- ⇒ **Justification de la ZP1 – Secteur de Parc naturel régional**
La zone ZP1 comprend les secteurs naturels protégés du territoire et leurs zones bâties, conformément aux ambitions portées par les Orientations du projet, de façon à faciliter un traitement homogène de l'affichage extérieur au regard des enjeux de préservation de la qualité des ambiances agro-naturelles. A ce titre, la ZP1 est la zone où, à l'échelle du RLPI, l'emprise des dispositifs d'affichage extérieur doit être la plus limitée. Ainsi, tout type de publicité y est interdit, permettant d'assurer une maîtrise de l'installation. Pour les enseignes, une vigilance particulière est portée sur leur intégration au sein de la ZP1.
- ⇒ **Justification de la ZP2 – Centre-ville et centre bourg**
Chaque commune du Grand Chambéry, située en dehors de la ZP1, possède une ZP2 dessinée de manière à recouvrir son cœur historique (Zones UCB, UCV et UCA pour partie du PLUi HD). C'est pourquoi la zone ZP2 est une zone où la publicité peut être installée uniquement sur le domaine public sur du mobilier urbain, et où les enseignes sont placées sous le signe de la qualité.
- ⇒ **Justification de la ZP3 – Tissu résidentiel mixte**
La principale fonction de cette zone étant résidentielle, l'affichage extérieur est limité en nombre et le règlement favorise des gabarits et des règles améliorant l'insertion dans les tissus urbains, afin de maintenir une ambiance apaisée et cohérente avec ces espaces majoritairement résidentiels, et où le bien-être et la qualité du cadre de vie sont primordiaux. Cette zone comprend également les espaces « hors agglomération », où toute publicité est interdite par la réglementation nationale, et qui ne vise donc que les règles relatives aux enseignes. L
- ⇒ **Justification de la ZP4 – Zone d'activités**
Cette zone regroupe l'ensemble des zones d'activités (industrielles, artisanales, commerciales) du territoire, au sein desquelles les dispositions réglementaires vont être adaptées au regard de la vocation économique de la zone et donc des besoins identifiés en matière d'enseignes, de publicité et de préenseignes. Les

zones d'activités du territoire n'échappent pas à l'image négative généralisée de ce type d'espace, qui est largement le fait de la multiplicité des dispositifs d'affichage extérieur. Ainsi, au sein des zones ZP4, le RLPI s'engage dans un objectif de maîtrise de la densité et du cumul des dispositifs (publicités comme enseignes), et propose un cadre pour tendre vers davantage de qualité dans les pratiques.

⇒ **Justification de la Trame 1 - Patrimoine**

La volonté de préservation des hauts lieux de patrimoine bâti de l'agglomération a motivé la création d'une trame spécifique sur les secteurs suivants : - Les Sites Patrimoniaux Remarquables de Chambéry ; - Le site inscrit du lac du Bourget et ses abords (commune de la Motte Servolex) - Le périmètre délimité des abords (PDA) du Lycée agricole, domaine Reinach (commune de la Motte Servolex). Cette trame permet aussi de maintenir les protections édictées par les règlements des Sites Patrimoniaux Remarquables, et d'intégrer les recommandations des services de l'Architecte des Bâtiments de France (lettrage découpé).

⇒ **Justification de la Trame 2 – Espace vitrine**

Le RLPI couvre les entrées de territoire et de ville qui ont été identifiées par les communes.

Réels espaces vitrines du territoire les entrées de ville sont également des lieux privilégiés d'implantation pour l'affichage extérieur. L'idée est de saisir le levier du RLPI afin d'œuvrer à la requalification de ces espaces. Pour ce faire, l'affichage extérieur doit s'implanter en cohérence avec le grand paysage servant de toile de fond ou encore en cohérence avec l'ambiance urbaine traversée.

Aussi, en n'autorisant que le mobilier urbain dans une limite de 2m², dispositif dont l'esthétique et l'implantation sont en outre maîtrisés via contrat par les collectivités, l'objectif réglementaire est bien de privilégier une perception première de ce qui fait identité dans la scénographie urbaine, avant de percevoir l'affichage extérieur.

En ce qui concerne les enseignes, le règlement impose que les enseignes au sol soient mutualisées. Pour les autres typologies d'enseignes, les règles spécifiques aux zones concernées s'appliquent.

⇒ **Justification de la Trame 3 – Périmètre d'interdiction de publicité**

Cette trame vient protéger très strictement la publicité sur certains secteurs choisis en raison de caractéristiques particulières du cadre de vie (articulation avec circulation piétonne en centre-ville, protection des voies-cyclables majeures etc..). Une interdiction stricte de toute publicité y est appliquée.

- Les équipements scolaires de Chambéry sont concernés par cette trame : Il s'agit de proposer des espaces adaptés aux orientations pédagogiques, sans publicité, mais également d'améliorer la qualité d'accueil des élèves sur les temps scolaires et périscolaires dans un cadre préservé, car il apparaît indispensable de sensibiliser dès le plus jeune âge des enfants de notre territoire.
- Cette trame concerne par ailleurs les abords de la voie verte, dédiée à la circulation des cycles et des piétons : ces secteurs de mobilité douce, de déambulation et de loisirs doivent conserver un environnement et des paysages de qualité.
- Enfin, cette trame couvre les zones économiques de Saint-Baldoph, couvertes par le PNR de Chartreuse interdisant la publicité.

❖ **Justification des choix réglementaires**

Le règlement a été conçu dans une **recherche d'équilibre global** entre préservation -valorisation des paysages et liberté d'expression ; Et ce, conformément à l'article L581-1 du code de l'Environnement : « Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et des idées, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes ». Le règlement vise également un équilibre dans les supports autorisés : dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour encadrer les formats maximums et les typologies autorisés, et limiter la densité dans une certaine mesure, via les dispositions générales.

Pour la bonne compréhension des avis des Personnes Publiques Associées, des observations du public et des réponses du Grand Chambéry – analysées aux points n°8, 9, 11 et 12 - il est repris in extenso ci-après et article par article la justification des prescriptions réglementaires communes à l'ensemble des zones (Dispositions Générales du RLPI) et des prescriptions règlementaires relatives à chaque zone et à chaque trame (Dispositions particulières du RLPI), figurant au rapport de présentation arrêté le 26 janvier 2023.

✓ **Prescriptions communes à l'ensemble des zones relatives aux publicités, préenseignes et préenseignes temporaires**

• **ARTICLE DG1-1 INTERDICTION DE PUBLICITE ET PRE-ENSEIGNE :**

Plusieurs typologies de dispositifs sont interdites sur l'ensemble du territoire au regard du fort impact paysager qu'elles peuvent générer : ♣ La publicité et les préenseignes sur clôture, que cette dernière soit aveugle ou non. Il s'agit ici de limiter de façon globale les possibilités d'affichage mural, souvent opéré de manière « sauvage » le long des rues et grands axes. Cette disposition permet donc d'encadrer la densité publicitaire en privilégiant l'affichage sur les murs de bâtiments présentant des façades aveugles, moins nombreux ; ♣ La publicité et les préenseignes sur garde-corps de balcon ou balconnet ainsi que sur les marquises ou auvent dans un souci de visibilité de ces éléments d'architecture de façade ; ♣ La publicité et les préenseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu. Ce type de publicité peut engendrer un impact non négligeable sur le paysage perçu dans un rayon relativement important. Le RLPI anticipe le développement de ce type de dispositif en l'interdisant. ♣ La publicité et les préenseignes numériques y compris sur mobilier urbain. Le numérique ayant un fort impact sur la consommation énergétique ainsi que sur le paysage et la biodiversité (trame noire, impact visuel), le RLPI l'interdit totalement sur le territoire.

• **ARTICLE DG1-2 DEROGATION A CERTAINES INTERDICTIONS LEGALES DE PUBLICITE**

Rappel de l'article L581-8 du Code de l'Environnement : « A l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite : 1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ; 2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ; 3° Dans les parcs naturels régionaux ; 4° Dans les sites inscrits ; 5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ; 6° (abrogé) 7° Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ; 8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection

spéciales mentionnées à l'article L. 414-1. **Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité établi en application de l'article L. 581-14.** »

Le RLPI vient déroger à l'interdiction stricte de publicité dans certains de ces lieux (cités ci-dessous) et pour certains types de dispositifs :

- ♣ 1° Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ;
- ♣ 2° Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ;
- ♣ 4° Dans les sites inscrits ;
- ♣ 5° A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 ;
- ♣ 8° Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1.

La dérogation porte sur les dispositifs suivants, pour les raisons suivantes :

- La publicité supportée par le mobilier urbain, dans les conditions prévues aux articles R.581-42 à 47 du Code de l'environnement et dans la limite de surface unitaire applicable dans chacune des zones de publicité. Conformément au Code, 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) ou à la diffusion d'informations municipales ou intercommunales. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions avec des prestataires extérieurs, qui prennent en charge la gestion de ces mobiliers, leur entretien et le remboursement des dégradations. La publicité RLPI Grand Chambéry – Rapport de présentation 131 permet de financer l'ensemble de ces prestations. Il apparaît donc indispensable de conserver une possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain dans ces périmètres patrimoniaux qui, au regard de l'erreur rédactionnelle du Code de l'Environnement ne peut concerner que les communes de Chambéry et la Motte-Servolex. Ainsi l'incidence sur les paysages par rapport à la situation actuelle ne serait pas dégradée et la collectivité reste maîtresse de la localisation et du graphisme de son mobilier urbain.
- Les bâches de chantier comprenant de la publicité, dans les conditions prévues aux articles R581-19, 53 et 54 du même code et par l'article DG1-13 du présent règlement. Cette opportunité offerte par la réglementation permet d'envisager une participation au financement de travaux de rénovation de certains édifices, il apparaît pertinent de conserver la possibilité d'installation de ce type de publicité, qui restent soumis à autorisation du maire et ce, au sein des périmètres de Monuments historiques, après avis conforme de l'Architecte des Bâtiments de France ;
- Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, tel que prévu par les articles L.581-13 et R.581-2 à 4 du même code. L'article R581-2 impose une surface minimum à réserver à ce type d'affichage dans chacune des communes. Les emplacements réservés devant être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3), il apparaît indispensable d'autoriser ce type de support dans l'ensemble des quartiers. Cette dérogation ne concerne pas les autres lieux identifiés au paragraphe I de l'article L581-8 du code de l'Environnement.

- **ARTICLE DG1-3 DIMENSIONS**
 Le règlement vient préciser, qu'à l'exclusion de l'affichage sur mobilier urbain, les surfaces fixées dans les dispositions spécifiques par zone sont des surfaces « hors-tout », soit la dimension de l'affiche ou de l'écran, ajoutée à celle des éléments d'encadrement et de fonctionnement. La maîtrise du format global du dispositif publicitaire revient à limiter les risques d'amplification de la présence des dispositifs dans les paysages urbains. En outre, afin d'assurer la qualité des dispositifs publicitaires, le règlement impose que les deux faces d'un dispositif publicitaire « sont rigoureusement de même dimensions, alignées et placées dos à dos, sans espace visible entre les deux faces ». Ce paramètre permet la dissimulation des éléments techniques et ainsi la qualité du parc d'affichage extérieur. Par ailleurs, les préenseignes de type chevalet, ne peuvent excéder 1,2 m de hauteur par 0,65 de largeur. Il s'agit ainsi d'éviter que ces éléments ne surchargent l'espace public de par leur taille.
- **ARTICLE DG1-4 FORMAT**
 Afin de limiter la présence des dispositifs dans les paysages urbains, le règlement stipule qu'un dispositif ne peut excéder deux faces et doit être installé sur un pied unique. Dans cette même optique de désencombrement du champ visuel, aucun élément latéral, supérieur ou inférieur ne peut dépasser du cadre du dispositif. Pour les dispositifs d'éclairage, seuls sont ainsi autorisés, les dispositifs éclairés par transparence, rétroprojection.
- **ARTICLE DG1-5 ACCESSOIRES ANNEXES A LA PUBLICITE**
 Pour assurer la qualité des dispositifs publicitaires et afin de rechercher une harmonisation de ces dispositifs, le projet de RLPI précise un certain nombre de critères d'esthétique à respecter (habillage du dos des faces non utilisées des dispositifs, passerelles interdites sauf si amovibles).
- **ARTICLE DG1-6 COULEUR**
 La vigilance quant à la couleur des dispositifs constitue un levier tout particulier pour traduire l'ambition de promouvoir des dispositifs de qualité. Ainsi, ces derniers devront respecter une couleur neutre ou respectant le caractère des lieux.
- **ARTICLE DG1-7 HAUTEUR**
 La hauteur des dispositifs, qu'ils soient au sol ou muraux, ne doit pas excéder 5 m par rapport au sol, les muraux doivent être en retrait de 0,5m par rapport à l'arrête du mur. Il s'agit ainsi d'éviter que des dispositifs ne soient trop hauts et entrent « en compétition » avec les vues sur les éléments de paysages lointains, que tout usager perçoit en levant le regard.
- **ARTICLE DG1-8 ECLAIRAGE**
 Le RLPI élargit la plage d'extinction nocturne pour les publicités lumineuses, ainsi que les publicités supportées par le mobilier urbain (en dehors de celui affecté aux services de transports et durant les heures d'ouverture desdits transports). L'obligation d'extinction est portée à 22h-7h, augmentant ainsi significativement (+ 4 heures) l'extinction des dispositifs comparativement à ce qui est exigé par la réglementation nationale (extinction de 1h à 6h soit 5 heures d'extinction). Cette forte évolution répond à un double enjeu de maîtrise des consommations énergétiques du territoire d'une part mais également à une volonté d'œuvrer à une

restauration de paysages nocturnes plus apaisés pour la biodiversité d'autre part. Cette extension de la plage horaire d'extinction répond également au point de vigilance initié par les associations environnementales rencontrées lors de la démarche. Ces dispositions permettent également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse). Toutefois, le champ de compétences du RLPI dans la réduction de la luminance des dispositifs est limité, dans l'attente d'un arrêté ministériel qui doit se prononcer sur les seuils de luminance tolérés pour les dispositifs. Afin de marquer davantage son engagement dans la lutte contre les pollutions lumineuses, le RLPI a fait le choix de formuler des recommandations de façon à prévenir, limiter et réduire les nuisances lumineuses des dispositifs lumineux (température de couleur de la lumière et orientation).

- **ARTICLE DG1-9 DENSITE**

Toujours en faveur du désencombrement du champ visuel, le règlement précise que la densité des dispositifs publicitaires est limitée à un seul dispositif par support (deux faces) et pour le domaine privé à un seul dispositif par unité foncière. Cela conduit à interdire la superposition ou la juxtaposition de dispositifs sur un même support que celui-ci soit mural ou fixé au sol. A noter que dès lors que deux dispositifs au sol partagent un élément structurel, il est considéré qu'il s'agit d'un seul et même support accueillant deux dispositifs. L'objectif recherché est de rendre cohérent les rapports d'échelles entre les supports, les dispositifs et les usages de l'espace public tout en offrant l'opportunité de limiter le nombre de publicité dans les paysages urbains.

- **ARTICLE DG1-10 IMPLANTATION**

Le règlement vient fixer des règles d'implantation afin de faciliter l'insertion des dispositifs dans leur environnement et de permettre une cohérence d'échelle entre leur implantation et les supports qui les accueillent, de même qu'avec les paysages environnants.

- **ARTICLE DG1-11 AFFICHAGE DE PETIT FORMAT**

Le RLPI encadre l'affichage de petit format de manière qu'il ne puisse pas nuire aux qualités architecturales des bâtiments et des devantures concernées. Ainsi, un seul dispositif peut occuper la devanture commerciale en respectant un format unitaire d'1 m².

- **ARTICLE DG1-12 PREENSEIGNES TEMPORAIRES SIGNALANT DES MANIFESTATIONS EXCEPTIONNELLES A CARACTERE CULTUREL OU TOURISTIQUE OU DES OPERATIONS EXCEPTIONNELLES DE MOINS DE TROIS MOIS**

Le RLPI a fait le choix d'interdire les préenseignes temporaires installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente. Ces dispositifs, nombreux sur le territoire du fait de la pression foncière, impactent fortement le paysage. Le RLPI les interdit dans un souci de désencombrement des paysages urbains, permettant par là-même également, une meilleure lisibilité des préenseignes temporaires relatives à des manifestations culturelles, associatives ou autres manifestations de moins de 3 mois et valorisant la vive activité du tissu associatif local. Pour les dispositifs temporaires autorisés sur le territoire, le RLPI ne vient pas contraindre davantage (par rapport au RNP) le laps de temps d'implantation avant et après la tenue de la

manifestation. Toutefois, il choisit d'encadrer davantage ces dispositifs sur leur nombre et leur format, en harmonisant les pratiques de l'ensemble du territoire sur les possibilités offertes pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants mais en élargissant via le RLPI les dimensions du RNP à toutes les typologies de préenseignes temporaires (mural et au sol. Cela se justifie par le fait que la succession de divers événements sur les communes, quel que soit leur population, peut nuire à la qualité paysagère des espaces concernés par ces types d'affichage, souvent en entrée de ville. Toutefois, ils sont importants et même fondamentaux pour la vie du territoire et le souhait est de trouver un compromis acceptable. Ainsi, imposer un format maximum de 1,5 m² unitaire par dispositif, dans la limite de 4 dispositifs par opération devrait permettre la bonne lisibilité des informations annoncées, tout en favorisant une intégration paysagère plus optimale. De plus, un format unique, permet d'identifier plus aisément à l'échelle de Grand Chambéry cette typologie de dispositif. Le RLPI laisse toutefois s'appliquer sur la commune de Chambéry les dispositions du RNP des communes de plus de 10 000 habitants, ses besoins en termes d'affichage temporaires étant plus importants que ceux des autres communes.

- **ARTICLE DG1-13 BACHES COMPORTANT DE LA PUBLICITE**

Deux catégories de bâches sont instaurées par le Code de l'Environnement : ♣ Les bâches publicitaires, autres que les bâches de chantier ; ♣ Les bâches de chantier comportant de la publicité. De manière globale les dispositions générales viennent préciser que les bâches publicitaires sont limitées dans le temps à une durée maximale de 12 mois, avec démontage obligatoire de la structure au terme de la période, afin de maîtriser dans les lieux où elles demeurent autorisées leur temps de présence. Les bâches de chantier comportant de la publicité sont également autorisées dans les limites fixées par le Code de l'Environnement (50% de la surface de la bâche occupée par de la publicité), puisque ces dispositifs sont temporaires et participent au financement de certaines rénovations des espaces bâtis.

- **ARTICLE DG1-14 DISPOSITIFS DE DIMENSIONS EXEPTIONNELLES**

Dans la mesure où cette typologie de dispositif ne concerne que les communes de plus de 10 000 habitants et celles de moins de 10 000 habitants compris dans l'unité urbaine de Chambéry, le RLP a fait le choix de pérenniser les règles du RNP. Par ailleurs, l'impact de ces dispositifs est maîtrisé à priori, puisqu'ils font l'objet d'une autorisation du maire, délivrée au cas par cas, après avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS). Le RLPI vient toutefois s'assurer de dimensions raisonnables en limitant à 50m² les dispositifs. Ils sont également limités à 1 par unité foncière.

- ✓ **Prescriptions communes à l'ensemble des zones relatives aux enseignes et enseignes temporaires**

- **ARTICLE DG2-1 INTERDICTION D'ENSEIGNES ET D'ENSEIGNES TEMPORAIRES**

Le RLPI interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est estimée comme très souvent peu qualitative ou pouvant impacter de façon significative la lisibilité du patrimoine bâti, notamment au sein des

espaces densément bâtis : ♣ Sur clôture non aveugle ou non ; ♣ Sur tout type de portails ; ♣ Sur les arbres ; ♣ Sur les volets ; ♣ Sur les murs de soutènement ; ♣ Sur les marquises et auvents à l'exception des lambrequins ; ♣ Sur une fresque artistique ; ♣ Apposées sur les garde-corps de balcon à l'exception des enseignes temporaires ; ♣ Sur les éléments de modénatures des façades s'agissant notamment des encadrements des baies, des corbeaux, des décors en relief, piliers d'angle et tout autre motif décoratif ; ♣ Les enseignes apposées sur les piliers des arcades ou en suspension à l'intérieur du cintre de la baie ; ♣ Apposées à plat qui débordent au-delà de la largeur des baies au-dessus desquelles elles sont apposées ; ♣ Reliant plusieurs bâtiments distincts ; ♣ Les enseignes ou partie d'enseigne situées au-dessus d'une porte d'entrée d'immeuble à dominante d'habitations sauf si l'activité s'exerce dans la totalité de l'immeuble ; ♣ Apposées sur un support souple ; ♣ Correspondant à des formes non conventionnelles ou gonflables ; ♣ A projection lumineuse (faisceau de rayonnement laser ou autre) ; ♣ Numérique. ♣ En toiture ou terrasse en tenant lieu De plus, en cohérence avec les ambitions de protection de la biodiversité nocturne et de réduction des consommations énergétiques, les enseignes à projection lumineuse (faisceau de rayonnement laser ou autres) sont interdites.

- **ARTICLE DG2-2 INTEGRATION ARCHITECTURALE DES DISPOSITIFS**

Les dispositions imposées dans cet article visent à rappeler les principes généraux permettant d'assurer l'intégration paysagère et architecturale d'une enseigne. Ainsi, au-delà des règles de formats et de densité imposées dans le règlement (dispositions applicables à chacune des zones), il s'agira de veiller à ce que : ♣ L'installation d'une enseigne, par sa situation, ses dimensions, son aspect, ne porte atteinte ni au caractère architectural du bâtiment sur lequel elle est apposée, ni au cadre de vie ou à l'intérêt des lieux avoisinants, sites, paysages naturels ou urbains ; ♣ L'enseigne s'harmonise avec les lignes de composition de la façade ; ♣ Le choix des matériaux et couleurs des enseignes apposées sur façade se fassent en harmonie avec la façade et l'architecture du bâtiment sur lequel elles sont installées.

- **ARTICLE DG2-3 ENSEIGNE LUMINEUSE**

La récente Loi « Climat et Résilience » du 24 août 2021, a précisé le champ de compétence du RLPI sur les enseignes lumineuses : Ainsi, dans le RLPI, est entendu comme enseigne lumineuse tout dispositif installé à l'extérieur du commerce sur son assiette foncière, ainsi que tout dispositif situé à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial destiné à être visible d'une voie ouverte à la circulation publique. Cette nouvelle possibilité réglementaire a été saisie par Grande Chambéry pour engager le territoire dans une transition écologique plus large, et pour lutter contre des dispositifs qui peuvent perturber de manière importante les paysages urbains nocturnes, en proposant un encadrement. Conscient que les enseignes lumineuses sont garantes d'une visibilité de l'activité économique et d'un certain dynamisme des centres-villes et centres-bourgs, notamment en période hivernale, Grand Chambéry ne s'est pas positionné en faveur d'une interdiction de ces dispositifs. Toutefois, une plage horaire élargie d'extinction nocturne

a été actée imposant une extinction entre 22 heures et 7 heures lorsque l'activité signalée a cessé. De même que pour la publicité, l'élargissement de la plage d'extinction nocturne des enseignes lumineuses vient répondre aux enjeux de réduction des consommations d'énergie. Elle permet également de limiter les impacts sur le cadre de vie des habitants la nuit (pollution lumineuse) et répond plus généralement aux sujets liés au développement durable.

- **ARTICLE DG2-4 PUBLICITES ET ENSEIGNES LUMINEUSES SITUEES A L'INTERIEUR DES VITRINES OU DES BAIES D'UN LOCAL A USAGE COMMERCIAL**

De la même manière que pour l'article précédent, Grand Chambéry s'est saisi de l'opportunité offerte par la loi climat de venir réglementer les dispositifs situés à l'intérieur des vitrines. Ceux-ci ayant un impact important sur la perception des espaces urbains la nuit et sur la consommation d'énergie. Les dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines sont donc limités par le RLPI à 1m² et 25% maximum de la surface de la vitrine.

- **ARTICLE DG2-5 ENSEIGNES SCHELLES AU SOL OU INSTALLEES DIRECTEMENT SUR LE SOL**

Cette typologie d'enseigne fait l'objet de dispositions spécifiques tendant à maîtriser leur esthétique en cohérence avec les choix opérés pour les publicités également implantées au sol, partant du principe que l'impact dans les paysages est sensiblement identique (limitation à 2 faces, hauteur à 4m...). Le recours à la forme de type TOTEM pour les enseignes scellées au sol de plus de 2m² est imposé. En effet, cette forme permet de limiter leur impact paysager par leur verticalité qui constitue un obstacle moins important dans le paysage qu'un format du même type qu'un panneau d'affichage. De plus, cela permet d'éviter la confusion fréquente entre enseigne et publicité, et, pour les clients, d'identifier clairement le lieu de l'activité signalée par l'enseigne. Dans un objectif de dé-densification et rationalisation des messages, le règlement prône un principe de mutualisation des affichages sur un même dispositif au sol pour les activités qui exerceraient au sein d'un même bâtiment ou d'un même ensemble commercial. Dans ce cas, si les enseignes au sol sont autorisées par les règles de la ZP concernée, ce dispositif doit respecter les formats spécifiques inscrits dans chacune des ZP.

- **ARTICLE DG2-6 ENSEIGNES EN FACADE**

Le choix a été fait de proposer des règles de proportionnalité de surface des dispositifs par rapport à la surface commerciale édictées dans chaque ZP, ces règles permettant d'avoir un rapport d'échelle cohérent. D'autre part, pour appuyer les objectifs d'intégration paysagère des dispositifs que s'est fixé le territoire, des règles plus spécifiques à l'installation des enseignes en façade sont édictées : ♣ La saillie des enseignes parallèles à la façade ne peut dépasser 0,1m du nu de façade ; ♣ L'enseigne perpendiculaire à la façade doit être alignée sur l'enseigne parallèle à la façade ; ♣ Les professions réglementées (tabac-presse...) pourront disposer de deux enseignes drapeaux au maximum par établissement et par façade bordant une voie ouverte à la circulation publique afin de désencombrer les façades et participer à leur éventuelle valorisation. Enfin, puisque les enseignes autocollantes sur vitrine

extérieure peuvent avoir un impact important sur la perception des commerces et sur les paysages urbains, le RLPI de Grand Chambéry a choisi d'édicter des dispositions spécifiques à ce sujet. Ainsi, dans un objectif de limitation de la surface de la vitrine recouverte, le RLPI impose que seuls 20% de la surface totale de la baie vitrée peut accueillir de la vitrophanie extérieure, ceci de manière à limiter l'opacification complète des baies. Cette disposition, combinée aux autres dispositions sur les enseignes en façade (limitation en surface et en nombre), devrait permettre d'améliorer les devantures commerciales. Néanmoins, cette règle se limite à la vitrophanie extérieure, puisque le RLPI n'est pas compétent pour réglementer l'intérieur des locaux commerciaux. Le RLPI interdit des dispositifs qui ont un impact paysager très important, particulièrement lorsqu'ils sont localisés en entrée de ville et devant la toile de fond paysagère des massifs montagneux. Pour ces raisons, les enseignes apposées sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont interdites en tout point du territoire.

- **ARTICLE DG2-7 ENSEIGNES SUR STORE OU PARASOL**
Cet article vise simplement à fournir des prescriptions esthétiques à l'apposition d'enseignes sur des stores ou parasols : ainsi, ces dispositifs ne sont autorisés que sur le lambrequin, soit la partie tombante, des stores. Les enseignes sur parasol sont interdites dans un objectif de dé densification des informations, en particulier dans les centres-villes.

- **ARTICLE DG2-8 ENSEIGNES TEMPORAIRES SIGNALANT DES MANIFESTATIONS EXCEPTIONNELLES A CARACTERE CULTUREL OU TOURISTIQUE, DES OPERATIONS EXCEPTIONNELLES DE MOINS DE TROIS MOIS OU DES TRAVAUX PUBLICS**

Le RLPI fait le choix d'encadrer davantage ces dispositifs en termes de nombre (4 par opération) mais pas de format. Effectivement, la diversité des affichages qui pourraient être opérés est telle qu'il est difficile de la prévoir. Par ailleurs les communes ne souhaitent pas « bloquer » des initiatives très bénéfiques au dynamisme et à l'attractivité du territoire.

- **ARTICLE DG2-9 ENSEIGNES TEMPORAIRES SIGNALANT DES OPERATIONS IMMOBILIERES DE LOTISSEMENT, CONSTRUCTION, REHABILITATION, LOCATION, VENTE, DE LOCATION OU VENTE DE FONDS DE COMMERCE DE PLUS DE TROIS MOIS**

Les dispositifs relatifs à des opérations immobilières (enseignes temporaires installées pour plus de trois mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente, y compris location et vente de fonds de commerce) sont encadrés de manière plus restrictive que le RNP. Là où ce dernier n'impose pas de limite en termes de nombre et très peu en termes de surface (12m² pour les dispositifs au sol et 60m² cumulé en toiture), le territoire fait le choix, pour des raisons de dédensification et de qualification, de n'autoriser que les dispositifs au sol et en façade dans une limite de 1 dispositif au sol maximum et un cumul de 8,5m² maximum. Dans le même but de préservation du paysage, ces dispositifs sont interdits en toiture.

✓ **Dispositions particulières à la ZP1 : Secteur de Parc naturel régional Les publicités et préenseignes étant interdites par le RNP et le RLPI n'y dérogeant pas, seules les dispositions relatives aux enseignes seront justifiées dans cette zone.**

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN ZP1**

En lien avec les deux Parcs Naturels Régionaux, une vigilance particulière est portée sur l'intégration des enseignes au sein de l'ensemble de la ZP1. Les règles édictées sont les mêmes au sein d'un centre-bourg, au sein dans un tissu bâti ou au sein d'un espace naturel, ceci de manière à créer une homogénéité de traitement et une identité à l'ensemble de ces zones présentant toutes une typicité, des motifs paysagers, patrimoniaux ou architecturaux emblématiques du tissu agro-naturel de Grand Chambéry. Les enseignes scellées au sol sont ainsi autorisées dans la limite d'un seul dispositif par activité, de format 4 m², et les enseignes installées sur le sol (type chevalet) dans la limite d'un seul dispositif, de format réglementé par les dispositions générales du règlement (1,20*0,65m). Ce nombre et ce format restreint ne devraient pas nuire à la qualité des centres-bourgs, et sont par ailleurs utilisés actuellement et indispensables à la visibilité des activités exercées en ZP1. En façade, afin de limiter l'accumulation de petits dispositifs venant camoufler et banaliser l'architecture des bâtiments, les enseignes doivent respecter une surface maximale de 10% d'occupation de la façade, quelle que soit la surface de cette dernière. Il s'agit ainsi de s'aligner sur un seuil plus bas que celui proposé par le Code de l'Environnement, tout en conservant une notion de proportionnalité, qui semble plus intéressante qu'une notion de surface unitaire pour assurer une intégration architecturale optimale. De plus, le nombre de dispositifs est limité à 2 par façade commerciale, dont un dispositif perpendiculaire maximum. Enfin, de façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent que l'enseigne en façade se fonde dans les lignes de force du bâtiment concerné (alignement enseigne perpendiculaire - enseigne à plat, installation dans la devanture ou en tympan des entrées), arborent un caractère sobre par l'obligation du lettrage découpé pour les enseignes parallèles à la façade et l'interdiction des caissons pour les enseignes perpendiculaires. Par ailleurs, puisque la ZP1 est un haut lieu de biodiversité, les enseignes lumineuses sont autorisées uniquement par rétroéclairage ou rampe linéaire. L'utilisation d'un lettrage découpé est recommandée et non imposée pour éviter les coûts importants associés aux changements de l'enseigne pour les commerçants.

✓ **Dispositions particulières à la ZP2 : Centre-ville et centre-bourg**

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN ZP2**

Afin de répondre aux enjeux de préservation des noyaux historiques et centres-urbains, d'assurer la lisibilité des rues et des façades architecturales, le RLPI limite de façon stricte les typologies de publicité autorisées et les formats dans cette zone. Ainsi, seule la publicité supportée par le mobilier urbain (non numérique) est autorisée dans les conditions fixées aux articles R581-42 à 47 du Code de l'Environnement. Le mobilier urbain présente un graphisme propice à l'intégration urbaine et permet une maîtrise de la

localisation par la collectivité. Conformément au Code de l'Environnement, ces supports ont vocation à recevoir de façon accessoire de la publicité. Y autoriser la publicité vise à conserver les supports nécessaires à certains usages (abris-voyageurs) ou à la diffusion d'informations municipales ou communautaires. En effet, la majorité des mobiliers urbains font l'objet de conventions 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. De plus, le format maximum fixé à 2 m², et 4m² pour Chambéry apparaît plus adapté au contexte urbain (tissu commerçant et souvent patrimonial propice aux déambulations piétonnes et à l'usage des modes actifs).

- **DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN ZP2**

La ZP2 couvre les centres de chacune des communes, pouvant revêtir des caractères historiques, identitaires, et éventuellement patrimoniaux. Une vigilance particulière est donc portée sur l'intégration des enseignes au sein de la zone. Les enseignes scellées au sol sont ainsi interdites, pour limiter les obstacles physiques et visuels dans ces secteurs où le tissu bâti est dense, et les espaces souvent peu larges pour les déambulations piétonnes ou les voiries. Pour les activités n'ayant pas la possibilité de s'indiquer grâce aux enseignes en façade (retrait de plus de 20m de la voie publique) une enseigne scellée au sol est possible. Toutefois, les chevalets restent autorisés dans les conditions mentionnées en dispositions générales. En façade, afin de limiter l'accumulation de petits dispositifs venant camoufler et banaliser l'architecture des bâtiments, le nombre d'enseignes est limité à 2 par façade, dont un dispositif perpendiculaire maximum. De plus, les enseignes doivent respecter une surface maximale de 15% d'occupation de la façade, quelle que soit la surface de cette dernière. Il s'agit ainsi de proposer le seuil le plus bas du Code de l'Environnement, qui, combiné au nombre limité d'enseignes, doit permettre d'aboutir à des devantures commerciales de qualité, correspondant ainsi à la physionomie des lieux (devantures commerciales de rez-de-chaussée et de taille restreinte en cœur de ville et/ou secteurs patrimoniaux). Comme expliqué précédemment, une notion de proportionnalité est conservée plutôt qu'une surface unitaire maximale afin d'assurer une intégration architecturale optimale. De façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent que l'enseigne en façade se fonde dans les lignes de force du bâtiment concerné (alignement enseigne perpendiculaire - enseigne à plat, installation dans la devanture ou en tympan des entrées). Enfin, concernant les enseignes lumineuses, ces dernières ne sont autorisées que si les éclairages sont réalisés à l'aide de rampes linéaires ou par rétroéclairage, de manière à favoriser des systèmes d'éclairages plus sobres visuellement (dispositions générales).

- ✓ **Dispositions particulières à la ZP3 : Tissu résidentiel mixte**

- **DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN ZP3**

Cette zone regroupe une vaste partie du territoire aggloméré et ainsi des espaces qui peuvent s'avérer à enjeux pour l'affichage extérieur : espaces résidentiels qui accueillent ponctuellement des

commerces, des équipements et qui sont localisés en entrée de ville, à proximité d'éléments de patrimoine ou de nature, etc. Les choix réglementaires opérés visent à concilier cet état de fait avec le projet politique des élus relatif à la dédensification et à la qualification des affichages opérés, particulièrement au sein des espaces « habités », et ce de manière la plus uniforme possible pour tous les habitants. C'est pourquoi toutes les typologies de dispositifs publicitaires sont autorisées, en réduisant néanmoins les formats par rapport aux formats actuels d'une part (en dispositions spécifiques à cette ZP), et la densité des dispositifs d'autre part (en dispositions générales). Chambéry a toutefois choisi de ne pas autoriser les dispositifs publicitaires sur cette zone, excepté sur le mobilier urbain. La Motte-Servolex choisit de ne pas autoriser les dispositifs muraux pour des raisons de protection du paysage. Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à l'unité urbaine de Chambéry, les formats de dispositifs muraux et au sol sont de 4 m² hors-tout maximum (contre plutôt 12 m² voire 13,5m² actuellement) pour limiter leur emprise dans le champ visuel d'un passant au profit de la découverte des paysages naturels et bâtis communaux. Le mobilier urbain est également autorisé dans ces agglomérations dans la limite d'un format de 2 m² d'affiche, puisque ces formats s'adaptent bien aux ambiances et aux morphologies urbaines denses traversées. A Chambéry, le format est porté à 8m² pour des raisons économiques. Concernant les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne sont pas intégrées dans l'unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les dispositions proposées restent celles du Code de l'Environnement, car cohérentes aux besoins d'affichage de ces secteurs. Concernant les publicités lumineuses, elles sont autorisées uniquement sur mobilier urbain. Cette autorisation de dispositifs dans un format de 2 m² maximum (8m² pour Chambéry) a pour objectif de ne pas priver la collectivité d'affichages qui pourraient s'avérer intéressants, tout en permettant à cette dernière une parfaite maîtrise de ces développements. De plus, les dispositions générales imposent une extinction ou atténuation nocturne (22h-7h) de ces dispositifs permettant à la collectivité de concilier des enjeux de visibilité et de transition écologique et énergétique. En complément de ces dispositions, les dispositions générales s'appliquant dans cette zone viennent imposer des règles de densité pour limiter la succession de dispositifs, hors mobilier urbain et participant à dédensifier le champ visuel des usagers empruntant ces secteurs.

- **DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN ZP3**

Les enseignes scellées au sol sont autorisées dans la limite d'un seul dispositif au sol par activité de format 2 m². Cette disposition permet ainsi de conserver de la visibilité pour des activités qui exercent au sein de tissus urbains variés, empreints de mixité, faisant parfois face à des reculs par rapport à la voirie et où les activités sont visibles depuis des voies empruntées par des véhicules. Les chevalets sont autorisés dans les conditions de l'article DG2-5. Afin de limiter l'accumulation de dispositifs venant souvent encombrer les façades et qui répètent les messages, le nombre d'enseignes est limité à 2 par façade d'activité, dont un dispositif perpendiculaire maximum. De plus, les enseignes doivent respecter une surface maximale de 10% d'occupation de la façade,



quelle que soit la surface de cette dernière. Il s'agit ainsi de s'aligner sur un seuil plus bas que ceux du Code de l'Environnement, qui, combiné au nombre limité d'enseignes, doit permettre d'aboutir à des devantures commerciales de qualité, en tout cas plutôt sobres. Comme expliqué précédemment, une notion de proportionnalité est conservée plutôt qu'une surface unitaire maximale afin d'assurer une intégration architecturale optimale. De façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent que l'enseigne en façade se fonde dans les lignes de force du bâtiment concerné en imposant un alignement enseigne perpendiculaire - enseigne à plat. Enfin, concernant les enseignes lumineuses, ces dernières ne sont autorisées que si les éclairages sont réalisés à l'aide de rampes linéaires ou par rétroéclairage, de manière à favoriser des systèmes d'éclairages plus sobres visuellement, conformément aux dispositions générales.

✓ **Dispositions particulières à la ZP4 : Zone d'activités**

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN ZP4**

Les zones d'activités économiques et commerciales constituent des secteurs à enjeux forts en matière d'affichage extérieur, puisqu'elles drainent une part importante de la population et concentrent une partie non négligeable de l'affichage du territoire, du fait de l'audience offerte et du besoin de visibilité et d'attractivité des entreprises y évoluant. De plus, les zones d'activités économiques et commerciales sont souvent localisées en entrée de territoire et sont ainsi associées à la première et dernière image perçue du territoire. Au sein de ces zones, la succession et la surabondance de dispositifs sur un même point et à courte distance visuelle (préenseignes et publicités, panneau d'entrée de zone commerciale), aussi bien que la disproportion du rapport d'échelle entre le dispositif et le public visé, nuit à la bonne visibilité de chaque activité et complique l'orientation de l'utilisateur, qu'il soit automobiliste, cycliste ou piéton. Cet état de fait nuit à la qualité des zones d'activités et commerciales qui souffrent d'un problème d'image : lisibilité complexifiée des messages, formats imposants non adaptés à l'environnement immédiat, localisation "sauvage" et peu efficace des dispositifs, etc. Face à ce constat, la micro-signalétique (Signalétique d'Information Local : SIL et Relais d'Information Service : RIS) peut être une alternative à la démultiplication du nombre de préenseignes. Bien qu'hors champ de compétence du RLPI, ces dispositifs, lorsqu'ils sont bien conçus et implantés, s'intègrent dans le paysage, qu'il soit urbain ou rural. Ils permettent notamment de compenser le nombre et la diversité des préenseignes. Au regard de l'envergure des espaces concernés par la ZP4 et de l'importance économique intercommunale qu'ils occupent, en prenant en compte le nécessaire besoin de « dédensification du champ visuel » et pour garantir l'expression de l'ensemble des acteurs économiques concernés, les choix effectués conduisent à autoriser toutes les typologies de dispositifs (au sol, au mur, sur mobilier urbain), excepté au sol et sur mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants. Alors que le RLPI maintient les règles du RNP pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants, le projet encadre plus strictement les formats des

dispositifs pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants. L'objectif est d'optimiser la lisibilité des activités et des informations sur ces espaces à enjeux. Dans ce cadre, le choix d'un format de 8,5 m² pour les dispositifs au sol et muraux permet une bonne lisibilité des messages publicitaires au regard des pratiques modales privilégiant la voiture dans ces secteurs d'activités tout en permettant une réduction du format d'affichage maximal autorisé par rapport au Code de l'Environnement et ce, conformément aux pratiques actuelles du territoire. Le format des dispositifs muraux pour les communes de moins de 10 000 habitants est limité à 4 m², encadrement compris, conformément au RNP. D'autre part, le RLPI vient renforcer les règles de densité sur le domaine privé, de façon à limiter les risques de points noirs paysagers lié à une accumulation rapprochée de dispositifs. Enfin, contrairement aux ZP1, ZP2 et ZP3, la publicité lumineuse est autorisée dans la limite des 4m² autorisés par le Code de l'Environnement (limite du RNP pour les communes de moins de 10 000 habitants mais étendu à celle de plus de 10 000 habitants dans un souci de cohérence). Il s'agit de l'unique zone du RLPI où la publicité lumineuse est autorisée. Ce choix se justifie par la volonté du territoire de s'inscrire dans une dynamique maîtrisée avec une prise en considération des paysages et du cadre de vie en limitant surfaciquement et spatialement ces dispositifs.

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN ZP4**

Au sein des zones d'activités économiques et commerciales, les enseignes des activités se conforment à une charte graphique, souvent imposée à l'échelle nationale. Les enseignes observées sont alors très diverses, sans nécessairement respecter l'environnement paysager proche, le bâti, le voisinage ou les perspectives visuelles autour du lieu. Ainsi, dans les zones commerciales et d'activités, la concentration d'enseignes diverses conduit souvent à des résultats visuels peu qualitatifs. C'est pourquoi le RLPI de Grand Chambéry affiche une orientation spécifique sur l'apaisement des paysages des zones d'activités économiques et commerciales, pour assurer autant que faire se peut, une cohérence d'ensemble et une meilleure lisibilité des activités existantes au sein d'une même zone. Dans le cadre du RLPI, le choix de sectoriser les zones d'activités n'a pas été retenu pour privilégier un traitement équitable et homogène de tous les espaces d'activités concernés dont certains se sont développés sur plusieurs communes présentant des régimes réglementaires différents en termes d'affichage extérieur. La réglementation des enseignes au sol autorise un dispositif au sol par activité, dont la surface maximale autorisée est de 6 m² : il s'agit, comme évoqué précédemment d'aligner l'ensemble des agglomérations sur les limites « basses » du Code de l'Environnement, de manière à avoir un traitement uniforme pour toutes les zones d'activités de l'agglomération. Afin de favoriser la mutualisation des enseignes, un bonus de surface de 2m² est accordé, portant la surface maximale autorisée à 8m². Les enseignes en façade étant très représentées au sein des zones d'activités économiques et commerciales et les gabarits des bâtiments étant divers, le nombre d'enseignes en façade est limité à deux dont une perpendiculaire par le RLPI et les règles du RNP s'appliquent en termes de surface. Celles-ci permettent de maîtriser

la surface cumulée des enseignes en façade via un pourcentage d'occupation maximal de la surface de la façade commerciale concernée. Les enseignes lumineuses (hors numériques) sont autorisées selon les modalités fixées par les dispositions générales de façon à maîtriser la qualité des éclairages.

✓ **Dispositions particulières à la T1 : Patrimoine**

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN T1**

L'interdiction totale de tout dispositif publicitaire, à l'exception de la publicité supportée par le mobilier urbain dans une limite de 2m², correspond à une volonté très stricte d'encadrement des dispositifs aux abords des éléments et lieux de patrimoine, reconnus institutionnellement (Sites Patrimoniaux Remarquables) ou non (patrimoine vernaculaire remarquable). Une exception est faite pour les colonnes d'affichage de type « colonne Morris » à un étage, éléments de mobilier urbain caractéristique des centres-villes. Dans ces secteurs, il s'agit de mettre en place un cadre réglementaire qui permette l'exercice des activités culturelles, commerciales et plus généralement liées à la vie quotidienne des secteurs : le mobilier urbain « petit format » (2 m²), de par les affichages institutionnels qu'il supporte, sa fonction de « mobilité », le caractère accessoire de la publicité, et la gestion par les collectivités des contrats, permet de répondre à ces ambitions.

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN T1**

De façon à offrir une intégration optimisée des enseignes dans les bâtiments, des dispositions imposent du lettrage découpé. Le reste des prescriptions est régi par la zone sous laquelle se trouve cette trame.

✓ **Dispositions particulières à la T2 : Espace vitrine**

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN T2**

Les espaces concernés par cette zone de publicité correspondent à des espaces vitrines et l'ambiance véhiculée est ainsi la première ou la dernière image du territoire perçue par les usagers de ces secteurs. Par conséquent, le RLPI s'inscrit là dans une dynamique de requalification en encadrant strictement l'affichage publicitaire. Ces secteurs donnent à voir l'ensemble du territoire et offrent par ailleurs des percées visuelles conséquentes sur le grand paysage et il apparaît effectivement cohérent d'y maîtriser fortement la publicité au regard du rôle joué par ces linéaires dans la découverte du territoire (tant environnemental qu'urbain) et par rapport à l'image véhiculée par leurs abords. Aussi, en n'autorisant que le mobilier urbain dans une limite de 2m², dispositif dont l'esthétique et l'implantation sont en outre maîtrisés via contrat par les collectivités, l'objectif réglementaire est bien de privilégier une perception première de ce qui fait identité dans la scénographie urbaine avant de percevoir l'affichage extérieur. A noter enfin que dans un même objectif de lutte contre la banalisation de ces espaces, le numérique est interdit.

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN T2**

Au regard de la volonté de dédensifier les paysages d'abords de zones d'activités et d'entrées d'agglomération ou d'entrée de ville, le règlement interdit les enseignes scellées au sol et impose que les enseignes posées au sol soient limitées à un dispositif par activité.

L'objectif est bien de hiérarchiser les premières perceptions en entrées de ville, en privilégiant la perception de ce qui fait identité, avant de voir l'affichage extérieur tout en permettant une visibilité des activités économiques riveraines.

✓ **Dispositions particulières à la T3 : « Périmètre d'interdiction de publicité »**

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES EN T3**

Pour parvenir à atteindre l'ambition quant à la préservation importante de l'environnement quotidien de la population, toute publicité est interdite dans cette trame. De cette manière, le champ visuel des passants est largement préservé. Cette trame s'applique ponctuellement sur des secteurs à enjeux, notamment autour des groupes scolaires et le long des avenues vertes cyclables. La limitation de l'affichage ferme ainsi également les possibilités d'implantation de dispositifs lumineux.

• **DISPOSITIONS RELATIVES AUX ENSEIGNES EN T3**

Les enseignes n'étant pas l'enjeu de cette trame, la réglementation des différentes zones s'applique.

7. Le texte constitutif du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) du Grand Chambéry

Le RPLI du Grand Chambéry est constitué en 40 pages de :

- 14 articles (DG-1 à DG-14) formant les **dispositions générales** relatives à la publicité, aux préenseignes et préenseignes temporaires ;
- 9 articles (DG2-1 à DG2-9) formant les **dispositions générales** relatives aux enseignes et enseignes temporaires ;
- **Des Dispositions particulières** relatives :
 - A la ZP1 : Secteur de parc naturel régional
 - P1 - Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP1
 - E1 - Dispositions relatives aux enseignes en ZP1
 - A la ZP2 : Centre-ville et centre bourg P2-
 - P2 - Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP2
 - E2 - Dispositions relatives aux enseignes en ZP2
 - A la ZP3 : Tissu résidentiel mixte
 - P3 - Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP3
 - E3 - Dispositions relatives aux enseignes en ZP3
 - A la ZP4 : Zone d'activités
 - P4 - Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en ZP4
 - E4 - Dispositions relatives aux enseignes en ZP4
 - A la trame T1 : Patrimoine
 - PT1 - Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en T1
 - ET1 - Dispositions relatives aux enseignes en T1
 - A la trame T2 : Espace vitrine
 - PT2 - Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en T2
 - ET2 - Dispositions relatives aux enseignes en T2
 - A la trame T3 : Périmètre d'interdiction de publicité
 - PT3 - Dispositions relatives aux publicités et préenseignes en T3
- **Un glossaire**
- **Des annexes**

8. Bilan de la concertation

8.1 Rappel du dispositif réglementaire et du cadre législatif

Les articles du Code de l'urbanisme applicables à la concertation dans le cadre des procédures d'élaboration et de révision du RLPI sont identiques à ceux du Plan Local d'Urbanisme : Art L. 581-14-1 Code de l'environnement, Art L.103-2 Code de l'urbanisme, Art L.103-3 Code de l'urbanisme, Art L.103-4 Code de l'urbanisme, Art L.103-6 Code de l'urbanisme.

Dans le cadre de l'élaboration du RLPI de Grand Chambéry, la concertation a été organisée conformément aux modalités définies par la délibération du 28 Mars 2019 : -Mise à disposition du public d'un dossier comportant notamment les documents relatifs au projet, et les délibérations, au fur et à mesure de leur élaboration au siège de Grand Chambéry, 106 allée des Blachères, 73000 Chambéry et à l'antenne des Bauges, avenue Denis Therme, 73630 Le Châtelard, aux jours et heures ouvrables habituels, -Mise à disposition de ces éléments sur le site internet de Grand Chambéry, <https://www.grandchambery.fr/>, rubrique grands projets, -Mise en ligne d'un formulaire sur le site internet de Grand Chambéry, <https://www.grandchambery.fr/>, rubrique grands projets, laissant la possibilité à toute personne intéressée de s'inscrire dans la démarche d'élaboration du projet de RLPI et de déposer ses observations et propositions, - Possibilité d'adresser des observations et propositions par courrier, à l'attention de monsieur le président de Grand Chambéry, à l'adresse suivante : au siège de Grand Chambéry, 106 allée des Blachères - CS 82618 - 73026 Chambéry cedex, ou par courriel à rlpi@grandchambery.fr, -Mise en place à Grand Chambéry et à l'antenne des Bauges, aux heures et jours habituels d'ouverture, d'un registre laissant la possibilité à toute personne intéressée d'inscrire ses observations et propositions, RLPI Grand Chambéry -Information du public par divers supports et moyens de communication concernant la procédure en cours, le contenu et l'avancement des études et du projet : site internet de Grand Chambéry, magazine de l'agglomération, publications diverses sous forme d'affiches, de plaquettes..., -Organisation de plusieurs temps de concertation pendant les études d'élaboration du projet sous forme de réunions publiques et/ou d'ateliers et/ou de rencontres, ouverts à tous. Elles pourront être générales ou thématiques et s'adresser à différents types de public. Au moins un évènement ouvert à tous sera tenu par secteurs du PLUi HD (soit 4 évènements).

L'élaboration du RLPI de Grand Chambéry s'est appuyée sur les instances suivantes : – Le Comité de Pilotage (COPIL) est l'instance politique coordinatrice du projet. Il a été en charge de la définition des grandes orientations et de la validation des différentes étapes de la procédure. – Le Comité Technique (COTECH) a conduit techniquement et administrativement le projet. Composé des techniciens de Grand Chambéry, le COTECH a eu pour objectif de partager et amender les éléments d'analyses et propositions propres à chaque étape de l'élaboration en vue de les présenter au COPIL. – Les Personnes Publiques Associées (Etat, Chambres Consulaires, Maires des communes limitrophes, etc. sont associées au cours de la phase réglementaire d'élaboration du RLPI. – Les personnes publiques et acteurs du territoires (PPC) : personnes ou organisme compétents en la matière conformément à l'article L.581-14-1 du Code de l'Environnement ayant saisi la commune afin d'être associée à la démarche de révision du RLP : UPE) sont consultées au cours de la phase réglementaire d'élaboration du RLPI.

8.2 Le bilan de la concertation du public, qui s'est déroulée du 28 août 2019 au 16 décembre 2022, a été arrêté par le conseil communautaire du Grand Chambéry du 26 janvier 2023 :

- ✓ Un total de quatre réunions publiques s'est déroulé à la phase règlement de la démarche. Celles-ci ont été réparties selon les quatre secteurs suivants : • Mardi 7 juin à 18h - secteur Piémonts : Vimines • Mardi 14 juin 20h - secteur centre : Chambéry • Mercredi 22 juin à 18h30 - Bauges : Châtelard • Vendredi 27 juin 18h - secteur Leysse : Curienne.
Afin de mobiliser la population, les réunions publiques ont fait l'objet d'une communication sur le site Internet de la Ville, sur le journal local. L'objectif de ces rencontres était d'informer la population de l'avancée du dossier et surtout de la sensibiliser à l'existence d'une réglementation de l'affichage extérieur et de l'impact sur le cadre de vie que cette dernière peut avoir. L'objectif recherché était ainsi double : mobiliser et sensibiliser, d'une part et communiquer sur le projet de la commune d'autre part.

Bien que la volonté de Grand Chambéry ait été de mobiliser le plus largement possible des publics dans leur diversité, les instances de concertation et moyens d'expression mis en place ont mobilisé des publics intéressés (acteurs associatifs de préservation du cadre de vie, collectifs antipublicité, professionnels de la publicité) ou avertis (propriétaires louant sur un côté de maison un emplacement publicitaire grand format...). Par ailleurs, une méconnaissance du champ d'application du RLPI par les participants a parfois été observée, par exemple concernant le contenu des publicités, générant parfois quelques frustrations. Des échanges riches et diversifiés Bien que les préoccupations divergent fortement d'un public à l'autre, le diagnostic et les propositions réglementaires ont été partagés d'une part avec des acteurs socioprofessionnels et associatifs lors d'un temps de travail privilégié ; et, d'autre part, avec le grand public. A chaque fois, les points de vue exprimés l'ont été de manière constructive.

Lors de la phase de diagnostic, il a été mis en lumière l'attachement partagé de tous les participants à leur cadre de vie, et plus particulièrement au patrimoine bâti (cœurs de ville et de bourgs) et naturel (cônes de vues, panoramas et visibilité sur le grand paysage, préservation de la trame noire, préservation des espaces naturels et ce, plus particulièrement au sein du périmètre du PNR). La phase de concertation portant sur les orientations du RLPI a permis aux acteurs présents, et plus particulièrement aux publics et acteurs associatifs de souligner l'enjeu majeur de préservation du cadre de vie et, pour les plus radicaux d'entre eux, formuler des avis demandant que l'ensemble des dispositifs publicitaires soient interdits. Du côté des professionnels de la publicité, une prise de conscience relative à la préservation de la qualité de vie s'est exprimée de manière unanime, mais également afin de mettre fin aux publicités et préenseignes supérieures à 8m² (format affiche).

Lors de la dernière phase de concertation (règlement), les acteurs associatifs ont fermement rappelé leur volonté de limiter au maximum les dispositifs publicitaires dans l'espace public, et les professionnels de la publicité ont confirmé leur positionnement sur le fait que concilier préservation du cadre de vie et implanter des dispositifs publicitaires au sein de secteurs stratégiques était possible. De manière générale, la question des formats, le type de publicité (en particulier le numérique) et les règles applicables aux différentes zones ont notamment fait l'objet de nombreux avis et contrepropositions.

✓ Synthèse des thèmes abordés

Les publics ont répondu présent dans le cadre de la démarche de concertation. Néanmoins, ce sont très majoritairement les publics avertis (professionnels de la publicité, acteurs associatifs) qui ont pris majoritairement part à la démarche participative.

Ceux-ci ont évoqué, du plus fréquemment au moins fréquemment : • **La limitation au maximum des dispositifs lumineux**, dans un souci de préservation de la trame noire ; une unanimité semble se dégager afin d'étendre les plages horaires d'extinction des dispositifs publicitaires lumineux. Parmi les arguments formulés, la préservation de la faune afin de reconstituer une trame noire ou le confort visuel des automobilistes. Les acteurs associatifs vont pour certains jusqu'à proposer d'interdire purement et simplement les dispositifs lumineux. • **La densité, la taille et l'organisation des dispositifs**. Acteurs associatifs et habitants sont unanimes quant à leur perception de forte densité des dispositifs publicitaires sur le territoire. Quant aux professionnels de la publicité, ils semblent conscients de l'opposition formulée par les publics et acteurs associatifs aux dispositifs de grand format. Ils alertent toutefois sur la faisabilité technique de certains formats intermédiaires. • **La limitation des publicités grand format**. Une unanimité semble s'exprimer au sein du public et des acteurs associatifs quant à une opposition aux publicités de grands formats. Toutefois, les professionnels de la publicité alertent sur la suppression de ces grands formats, qui ne serait pas sans impact (économique pour les acteurs économiques locaux ? financier pour les collectivités recevant la TLPE ?) pour Grand Chambéry. • **Des demandes visant à limiter voire interdire les dispositifs numériques** ont également été formulées, ces dispositifs étant jugés énergivores et vecteurs de pollution lumineuse par le public et les acteurs associatifs. Néanmoins, les professionnels ont tenu à montrer que les évolutions technologiques de ces dispositifs pouvaient à terme limiter leur consommation énergétique, et que ceux-ci doivent également être soumis à des règles d'extinction. • **Enfin, la vision des dispositifs publicitaires dans les zones d'activités et le long des axes structurants est très différemment perçue** par les acteurs associatifs et professionnels de la publicité. Bien que tous soulignent la nécessité d'apporter une visibilité économique aux activités locales (notamment au sein de parcs d'activités), les acteurs associatifs déplorent la trop grande multiplicité des dispositifs publicitaires tandis que les professionnels de la publicité soulignent le caractère nécessaire de cette publicité.

9. Avis des Personnes Publiques Associées

Les Personnes publiques Associées ont réceptionné leur dossier de saisine entre le 9 et le 13 février 2023, à l'exception de La Région Auvergne-Rhône-Alpes, dont le dossier est revenu non signé. D'autre part certaines n'ont pas répondu :

Chambéry-Grand-Lac-Economie (CGLE), la Préfecture de Savoie, JCDecaux, Paysages de France ; ainsi que les communes suivantes : Saint-Jean-d'Arvey, La Motte Servolex, Curienne, Chatelard, Verel-Pragondran, Jarsy, Saint-François-De-Sales, Saint-Sulpice, Sainte-Reine, Les Déserts, Ecole, La Compote, Aillon-Le-Vieux, Saint-Cassin, Puygros, Doucy-En-Bauges, Challes-Les-Eaux, Chambéry, Saint-Baldoph, Aillon-Le-Jeune, Thoiry, Arith, Montagnole.

a. Avis de l'Etat

Transmis en date du 2 mai 2023 par lettre précisant que l'avis de l'Etat ne porte que sur la légalité du dossier et en particulier sur la cohérence entre ce qui a été annoncé dans la décision du conseil communautaire lançant l'élaboration et le document produit, il prend la forme d'un rapport, qui tient compte des retours de la consultation effectuée le 15 mars 2023 par la Direction Départementale Des Territoires auprès de l'Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine de la Savoie, de la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement Auvergne-Rhône-Alpes, du Parc Naturel Régional des Bauges et du Parc Naturel Régional de Chartreuse. Il en ressort principalement les éléments suivants :

▪ **Avis sur le contenu du RLPI**

Sur le rapport de présentation : les arrêtés municipaux fixant les limites de l'agglomération doivent être annexés au RLPI ; le tableau de la page 34 doit être corrigé pour la publicité sur mobilier urbain et les bâches ; les secteurs où la publicité est réintroduite devraient être cartographiés soit sur une carte spécifique, soit sur les plans de zonage ; les pages 39 et 143 doivent être mises en cohérence pour ce qui concerne la surface des enseignes au sol.

Sur le règlement : les page 6, 123 et 147 et les plans de zonage doivent être mis en cohérence pour ce qui concerne le périmètre de la trame 1 (T1) Patrimoine ; dans la Trame 1 (T1) il est conseillé de prendre en compte les prescriptions de l'ABF formulées dans le Porter A Connaissance des services de l'Etat en Savoie (PAC) du 15 juillet 2019 ; il serait préférable de ne pas inclure les zones d'activités de la commune de Saint-Baldoph (commune du PNR de Chartreuse) dans la zone de publicité ZP4 et d'édicter les mêmes règles par zone de publicité ; il pourrait être préférable de réglementer les dispositifs publicitaires numériques en réduisant leur format et en interdisant les images animées - pour conserver l'objectif visé par rapport à leur consommation énergétique ainsi que sur le paysage et la biodiversité - plutôt que les interdire sur tout le territoire en raison d'un risque de recours devant le tribunal administratif des sociétés d'affichage publicitaire ; en ZP1 les pages 22 et 139 doivent être mises en cohérence pour ce qui concerne le lettrage découpé pour les enseignes ; en ZP2 le type de mobilier urbain est à préciser, la règle sur la publicité lumineuse est à mettre en cohérence ; en ZP3 l'interdiction de publicité numérique sur le mobilier urbain est à préciser ; en ZP4 le type de mobilier urbain pouvant supporter de la publicité est à clarifier, il serait préférable de lister les catégories de publicités lumineuses autorisées avec leurs limites surfaciques autorisées, la page 26 est à corriger concernant la taille des enseignes en fonction de la taille des agglomérations, il faut spécifier si les enseignes sur toiture et les enseignes numériques sont autorisées et les dispositions générales doivent être mises en cohérence avec les dispositions particulières ; Trame 1 (T1) - Patrimoine : L'interdiction de publicité numérique sur le mobilier urbain est à préciser ; Trame 2 (T2) - Espace vitrine : L'interdiction de publicité numérique sur le mobilier urbain est à préciser.

▪ **Mise en œuvre du RLPI**

Dès que les formalités de publication auront été accomplies les dispositions du RLPI seront applicables aux nouveaux dispositifs à installer. Pour la commune de Saint-Alban-Leysse, disposant d'un RLP approuvé par arrêté municipal du 5 juillet 2011 et pour les communes n'ayant jamais été dotées de RLP, les publicités et préenseignes, qui auront été mises en place avant l'entrée en vigueur du RLPI et qui ne seront pas conformes à ses prescriptions, pourront sous réserve de ne pas contrevenir à la réglementation antérieure, être

maintenues pendant un délai maximal de deux ans à compter de l'entrée en vigueur du RLPI. Pour les enseignes ce délai est de six ans.

Pour les communes dont les RLP sont devenus caducs le 14 juillet 2022 (Barberaz, Barby, Bassens, Challes-Les-Eaux, Chambéry, Cognin, La Motte-Servolex, La Ravoire, Saint-Baldoph, Saint-Jeoire-Prieuré et Vimines), les publicités, enseignes et préenseignes mises en place en application de ces réglementations spéciales antérieurement applicables, peuvent être maintenues jusqu'au 13 juillet 2024 sous réserve de ne pas contrevenir à ces mêmes réglementations.

En revanche les dispositifs publicitaires non-conformes au RNP et aux RLP devront être mis en conformité sans délai.

Enfin, en l'absence de dispositions particulières dans le RLPI, qui viendraient préciser le RNP, les règles de ce dernier s'appliqueront.

⇒ **Avis favorable sous réserve des précisions et modifications mentionnées dans le rapport**

b. Avis de l'ABF (Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (UDAP) pour la Préfète de Région AURA

Par lettre en date du 16 février 2023, l'UDAP des Savoie demande :

- D'une part que la Trame (T1) – qui aujourd'hui ne concerne que les 2 Sites Patrimoniaux Remarquables de Chambéry et les 2 Périmètres Délimités de La Motte Servolex (PDA Château Reinach et PDA Eglise) - reprenne tous les périmètres des Monuments historiques, de sorte que sur les abords en covisibilité l'UDAP émette un avis conforme, qui pourra être plus restrictif que le RLPI ;
- D'autre part les remarques de l'UDAP dans le PAC des services de l'Etat de juillet 2019 soient reprises en totalité.

c. Avis de la Commission Départementale de la Nature Des Paysages et des Sites (CDNPS)

Par l'envoi d'une fiche simplifiée en date du 16 mai 2023 le Sous-Préfet transmet l'avis favorable de la CDNPS sous réserve d'intégrer dans la Trame 1 (T1) – Patrimoine tous les périmètres délimités des abords des monuments historiques. En effet l'autorisation d'installer une enseigne en secteur ABF est délivrée par l'autorité compétente en matière de police après accord de l'ABF.

⇒ **Avis favorable sous réserve d'intégrer dans la Trame 1 (T1) – Patrimoine tous les périmètres délimités des abords des monuments historiques.**

d. Avis du Département de la Savoie

Par lettre en date du 12 avril 2023 le Département de la Savoie informe que le projet ne suscite pas de remarque particulière au regard des compétences départementales.

⇒ **Avis favorable**

e. Avis de la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de Savoie

Après avoir rappelé dans sa lettre du 16 mars 2023, qu'elle adhère aux objectifs poursuivis par Grand Chambéry au travers de ce règlement et note que l'Agglomération a pris en compte les différentes remarques des parties prenantes, la CCI demande :

- Que soit précisé ce que l'on entend par « périmètres d'interdictions relatives » ;
- Que soit précisé à l'article DG2-7 au point 2, si par interdiction des « enseignes » sur les parasols il faut entendre également « publicité » ;
- Que soit indiqué le délai laissé aux commerçants pour la mise en conformité des enseignes et autres supports, au regard de l'investissement, et de l'inscrire dans un délai raisonnable ;
- Que Grand Chambéry sollicite la Région AURA afin de connaître les possibilités d'aider financièrement les petits commerces indépendants dans l'application de ce nouveau règlement.

⇒ **Avis favorable sous réserves ci-dessus.**

f. Avis de la Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc

Par lettre du 4 mai 2023, la Chambre d'Agriculture Savoie-Mont-Blanc, après avoir, d'une part noté que les produits agricoles locaux bénéficient d'une dérogation leur permettant un affichage publicitaire hors agglomération dans l'ensemble des zones de publicité du territoire, d'autre part rappelé, qu'il était nécessaire de poursuivre sur les abris bus la communication sur le respect des parcelles et du travail des agriculteurs, au regard des difficultés de cohabitation des usages et des incivilités, donne un avis favorable au projet de RLPI du Grand Chambéry .

⇒ **Avis favorable**

g. Avis du Parc Naturel Régional de Chartreuse

Par lettre en date du 27 avril 2023 le PNR de Chartreuse, après avoir rappelé dans le document joint le contexte de la consultation, ce que dit la charte du Parc 2022 – 2037 à savoir, que pour les intercommunalités urbaines signataires de la charte, dont les marges font partie du Parc, les RLP et RLPI sont autorisés sur le territoire du Parc de Chartreuse, valide le classement des zones d'activités de Saint-Baldoph (PAE Le Terraillet, ZI de l'Albanne) en ZP4 – Activités économiques en superposition de la Trame 3 (T3) – Périmètre d'interdiction de la publicité , donne un avis favorable sous réserve de l'intégration dans la zone ZP1 – Secteur de Parc Naturel Régional, des communes ayant récemment adhéré au Parc de Chartreuse : Saint-Sulpice, Jacob-Bellecombette (partie classée PNR) et Barberaz (partie classée PNR).

⇒ **Avis favorable sous réserves ci-dessus.**

h. Avis du Parc Naturel Régional du Massif des Bauges

Par lettre en date du 19 avril 2023 le PNR des Bauges, après avoir rappelé que la communauté d'agglomération se situe partiellement sur le territoire classé du PNR du massif des Bauges, que plusieurs enjeux faisant écho à la charte sont mentionnés dans le RLPI de Grand Chambéry, qu'il aurait été intéressant de matérialiser la présence des 3 monuments historiques Ancienne chartreuse d'Aillon, Croix de cimetière de la Corrierie, Abri sous roche au trou de la Feclaz, donne un avis favorable, nonobstant qu'il pourra être apporté une précision au plan de zonage.

⇒ **Avis favorable**

i. Avis de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE)

Par lettre en date du 11 mai 2023, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel représentant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont fait part de leur grande inquiétude, au motif que le projet de RLPI ne respecterait pas l'obligation de conciliation entre les objectifs de protection du cadre de vie du territoire, le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux et la liberté d'expression. Pour l'UPE :

- Le découpage du territoire et les règles associées à chacune des zones aurait un impact désastreux à l'encontre du média de la communication extérieure « grand format » et conduirait à une dépose de 100 % du parc « grand format », car le format de 8,50 m2 serait inadapté au média de la communication extérieure ;
- Le RLPI mettrait en péril tout un secteur économique avec pour conséquences des pertes d'emplois non délocalisables, apportant des ressources aux collectivités territoriales, et un report des besoins en communication vers Internet et les GAFAM.

A cet égard l'UPE exprime des observations et différentes mesures susceptibles d'aboutir à un compromis, en tout état de cause plus restrictives que le Règlement National de Publicité (RNP), conformément code de l'environnement.

▪ Vis-à-vis des dispositions générales :

- Zonages et réglementation à simplifier et limiter le recours aux trames ;
- Application du règlement : s'en tenir à l'article L.581-2 du code de l'environnement ;
- Autoriser la publicité numérique, qui ne représente que 2,7 % de la consommation énergétique publicitaire du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication, et apporte aux usagers et aux collectivités locales de nombreux services ;
- Clarifier le régime juridique de la publicité par projection et l'autoriser dans le territoire métropolitain selon le régime juridique de la publicité non lumineuse ;
- Limiter la largeur du pied au quart de la largeur totale du dispositif publicitaire ;
- Supprimer les dispositions relatives aux couleurs des dispositifs publicitaires ;

- Eclairage des publicités lumineuses : prévoir que les publicités lumineuses sur domaine privé doivent être éteintes entre 01h00 06h00 (cf. RNP), supprimer la limite de température de couleur de la lumière émise ou la porter à 6500 kelvins, supprimer les recommandations floues en matière de nuisances lumineuses, qui créent de l'insécurité juridique ;
 - Supprimer la règle de recul d'implantation des dispositifs publicitaires par rapport à la voie ouverte à la circulation pour une implantation au sein d'une propriété privée, qui n'apporte aucune plus-value au cadre de vie ;
 - Supprimer la *limitation* à un seul dispositif de petit format unitaire de 1 m2 par devanture commerciale, contraire aux interdictions prévues par les articles L.581-4 et L581-8 du code de l'environnement ;
 - Publicités et enseignes lumineuses à l'intérieur des vitrines : fixer une surface cumulée de 2m2 et fixer une règle d'extinction des supports lumineux entre 01h00 et 06h00 (cf. décret n° 2022-1294 du 5 octobre 2022) ;
- **Vis-à-vis des dispositions particulières :**
 - Zone de publicité n°4 (ZP4) : au regard du format standard reconnu nationalement, retenir la formulation suivante « La surface unitaire et utile d'affichage publicitaire n'excède pas 8 m2, la surface du dispositif (affiche et encadrement) n'excède pas 10,50 m2 » pour l'ensemble des communes de plus de 10 000 habitants et les communes de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine de Chambéry ;
- **Glossaire :**
 - Activités culturelles : ajouter à la liste la mention etc...
 - Encadrement : compléter la définition en y ajoutant les dispositifs publicitaires rotatifs et numériques ;
 - Surface des publicités : définir la surface utile des publicités de la façon suivante : « La surface utile d'affichage correspond à la surface visible de l'affiche ou de l'écran, hors encadrement » ; exclure expressément les éléments accessoires (pieds, rampes d'éclairage, trappes de fonctionnement, moulures, encadrement) dans les définitions du glossaire.
- ⇒ **Avis défavorable.**

Commentaires du Commissaire-enquêteur :

- *Les demandes de modifications et de précisions exprimées par l'Etat dans son rapport, les réserves de l'ABF et de la CDNPS sur la Trame 1 (T1) – Patrimoine, celle du PNR de Chartreuse sur l'intégration dans la zone ZP1 – Secteur de Parc Naturel Régional, des communes ayant récemment adhéré au Parc de Chartreuse (Saint-Sulpice, Jacob-Bellecombette (partie classée PNR) et Barberaz (partie classée PNR), devront être prises en compte.*
- *La réserve de la CCI sur le délai laissé aux commerçants pour la mise en conformité des enseignes et autres supports publicitaires, trouve sa réponse dans l'avis de l'Etat sur la mise en œuvre du RLPI.*

- 68 % des dispositifs actuels n'étant pas conformes au RNP par rapport à leur localisation ou à leur nature (publicité au sol en particulier), il se pose la question de l'exercice du pouvoir de police à ce jour et après l'approbation du RLPI, étant ici rappelé qu'à partir de l'approbation du RLPI l'instruction des demandes et le pouvoir de police seront de compétence communale ou transférés au Président du Grand Chambéry en application de la loi Climat et résilience du 22 Août 2021.
- Les motifs de l'avis défavorable de l'UPE sur l'impact économique du RLPI et les standards de la profession s'opposent aux choix règlementaires d'un zonage tramé, traduisant la volonté des élus de maîtriser la présence des dispositifs publicitaires dans les paysages urbains sur l'ensemble du territoire du Grand Chambéry.

10. Avis des communes du Grand Chambéry ayant transmis leurs délibérations

Douze communes ont délibéré favorablement : Jacob-Bellecombette, Barberaz, Bellecombe-En-Bauges, Le Noyer, Saint-Jeoire-Prieuré, Lescheraines, Cognin, Barby, La Thuile, Sonnaz, Bassens, Vimines.

La commune de La Ravoire a émis un avis favorable avec les deux ajustements suivants :

- Inclure en ZP2 (centres-villes et centres-bourgs) le secteur Hôtel de ville, place de l'Hôtel de ville, les commerces et l'Espace culturel Jean Blanc, ainsi que le centre du quartier Féjaz, qui a ses propres commerces de proximité ;
- En Trame T2 – Espace vitrine limiter l'interdiction des enseignes scellées au sol sur une largeur de 2 mètres de part et d'autre de la RD 1006 ;

Deux communes ont délibéré défavorablement :

- La Motte-En-Bauges, au motif qu'il existe déjà une réglementation nationale et une réglementation locale via le PNR du massif des Bauges et que le RLPI rajouterait une nouvelle strate, dont l'utilité est discutable ;
- Saint-Alban-Leysse, au motif d'une part que le document présenté ne permet pas de connaître le zonage appliqué à son territoire, d'autre part que le règlement proposé ne répond pas aux attentes de la commune, fixées par son RLP communal actuellement en vigueur, confirmé dans sa légalité par les juridictions administratives.

Commentaires du Commissaire-enquêteur :

23 communes du Grand Chambéry n'ont pas transmis de délibération de leur conseil municipal, en particulier la ville de Chambéry, ce qui interroge sur leur mobilisation et le portage politique du RLPI.

Les demandes d'inclusion en ZP2 – Centres villes et centres bourgs, du secteur Hôtel de ville, place de l'Hôtel de ville, les commerces et l'Espace culturel Jean Blanc, ainsi que le centre du quartier Féjaz, exprimées par la commune de La Ravoire semblent légitimes et doivent être prises en compte.

11. L'enquête publique

a. Le déroulement de la procédure

Les principales étapes de la procédure administrative se sont déroulées selon la chronologie rappelée ci-après :

- a. 16 mars 2023 : Lettre de Grand Chambéry Communauté d'Agglomération demandant au Président du tribunal Administratif de Grenoble la désignation d'un commissaire-enquêteur pour l'enquête publique portant sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal arrêté par le conseil communautaire en date du 26 janvier 2023 ;
- b. 29 mars 2023 : décision du Tribunal Administratif de Grenoble désignant Monsieur VINCENT Alain en tant que commissaire-enquêteur ;
- c. 24 avril 2023 : arrêté du Président de Grand Chambéry prescrivant l'enquête publique sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) ;
- d. 5 juin 2023 : ouverture de l'enquête publique ;
- e. 5 juillet 2023 : clôture de l'enquête publique ;
- f. 13 juillet 2023 : remise en main propre du Procès-verbal de synthèse des observations du public, dressé par le commissaire-enquêteur, concomitamment à la Vice-Présidente et au Responsable du service urbanisme-planification-foncier de Grand Chambéry ;
- g. 28 juillet 2023 : courriel de Grand Chambéry accompagné de son mémoire en réponse aux observations du public, reçu par le commissaire-enquêteur à son domicile par la poste le 21 janvier 2023 ;

b. Composition du dossier d'enquête mis à la disposition du public en six exemplaires - un exemplaire par lieu d'enquête :

- Siège de Grand Chambéry 106, allée des Blachères à Chambéry
- Grand Chambéry Antenne des Bauges, avenue Denis Therme à Le Chatelard
- Chambéry Mairie de quartiers Centre Laurier 45, place Grenette à Chambéry
- La Motte Servolex Hôtel de ville 36, avenue Costa-de-Beauregard
- La Ravoire Hôtel de ville, place de l'Hôtel de ville
- Saint-Jean d'Arvey Mairie 2461, route des Bauges

Le dossier comprend :

- Les pièces administratives : délibérations du conseil communautaire des 28 mars 2019, 10 novembre 2022 et 26 janvier 2023, arrêté prescrivant l'enquête publique en date du 24 avril 2023, copies des publications presse ;
- Le dossier du RLPI arrêté par le conseil communautaire de Grand Chambéry en date du 26 janvier 2023, : Rapport de présentation, Règlement ;
- Le bilan de la concertation ;
- L'avis des Personnes Publiques Associées ;
- Les délibérations des communes du Grand Chambéry.

c. Organisation et déroulement de l'enquête publique (cf. Art 123-9 à 123-11 du code de l'environnement)

Le processus a débuté par la décision n° E23000050/38 du Président du Tribunal Administratif de Grenoble en date du 29 mars 2023, me désignant en qualité de Commissaire-enquêteur en vue de procéder à une enquête publique, ayant pour objet le Projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) du Grand Chambéry ;

d. Préparation et déroulement de l'enquête publique

La préparation de l'enquête publique et son déroulement sont rappelés chronologiquement ci-dessous :

- **Mardi 11 avril 2023 de 10h à 12h** : Réunion à Grand Chambéry avec Monsieur Christophe Jacquet, Responsable du service urbanisme-planification-foncier de Grand Chambéry - direction de l'urbanisme et du développement local et sa collaboratrice, ayant pour objet la revue des éléments préparatoires au démarrage de l'enquête publique, constituant l'étape préalable au lancement du processus, pour avoir un échange avec l'Autorité Organisatrice sur le contenu du dossier de RLPI et pour identifier les acteurs du projet. La séance s'est poursuivie par la définition de la durée et des six lieux de l'enquête publique, l'établissement du calendrier prévisionnel de déroulement de l'enquête et la fixation des dates de permanence du commissaire enquêteur. Après une revue de la matrice du dossier d'enquête et sans appréciation sur le fond, le dossier a été déclaré complet et pouvant être mis à la disposition du public ;
- **Mardi 2 mai 2023 de 15h30 à 16h30** : Réunion de lancement du dispositif à Grand Chambéry en présence de Mme Corine Wolff, Vice-Présidente chargée de l'urbanisme et du droit des sols de Grand Chambéry, accompagnée de Monsieur Christophe Jacquet, Responsable du service urbanisme-planification-foncier de Grand Chambéry - direction de l'urbanisme et du développement local ;
- **Mardi 23 mai 2023 de 10h à 11h30** : Signature des dossiers d'enquête publique à Grand Chambéry
- **Jeudi 1^{er} juin 2023 de 14h30 à 17h30** : Webinaire de formation par Préambules au Registre dématérialisé ;
- **Lundi 5 juin 2023 de 8h30 à 12 h** : 1^{ère} permanence du commissaire-enquêteur au siège de Grand Chambéry ;
- **Mardi 6 juin 2023 de 8h30 à 12h** : 2^{ème} permanence du commissaire-enquêteur à Chambéry Centre Laurier ;
- **Jeudi 8 juin 2023 de 13h30 à 17h30** : 3^{ème} permanence du commissaire-enquêteur en mairie de La Motte Servolex ;
- **Samedi 17 juin 2023 de 8h15 à 11h45** : 4^{ème} permanence du commissaire-enquêteur en mairie de La Ravoire ;
- **Mardi 20 juin 2023 de 9h à 12h** : 5^{ème} permanence du commissaire-enquêteur en mairie de Saint-Jean-d'Arvey ;
- **Mercredi 21 juin 2023 de 13h30 à 17h15** : 6^{ème} permanence du commissaire-enquêteur en mairie de La Ravoire ;
- **Jeudi 22 juin 2023 de 13h30 à 18h** : 7^{ème} permanence du commissaire-enquêteur à Chambéry Centre Laurier ;
- **Mercredi 28 juin 2023 de 13h30 à 17h** : 8^{ème} permanence du commissaire-enquêteur à Chambéry Centre Laurier ;
- **Jeudi 29 juin 2023 de 14h à 18h** : 9^{ème} permanence du commissaire-enquêteur en mairie de Saint-Jean-d'Arvey ;
- **Samedi 1^{er} juillet 2023 de 8h15 à 11h45** : 10^{ème} permanence du commissaire-enquêteur en mairie de La Motte Servolex ;

- **Mardi 4 juillet 2023 de 14h à 17h30** : 11^{ème} permanence du commissaire-enquêteur à l'antenne de Grand Chambéry au Chatelard ;
- **Mercredi 5 juillet 2023 de 13h30 à 17h** : 12^{ème} permanence du commissaire-enquêteur au siège de Grand Chambéry ;
- **Mercredi 5 juillet 2023 à 17h** : Clôture de l'enquête publique, des registre papiers et du registre numérique ;
- **Jeudi 13 juillet 2023 de 11h à 13h30** : remise, présentation et commentaire du PV de synthèse des observations du public au siège de Grand Chambéry à Mme Corine Wolff, Vice-Présidente chargée de l'urbanisme et du droit des sols, en présence de Monsieur Christophe Jacquet, Responsable du service urbanisme-planification-foncier de Grand Chambéry - direction de l'urbanisme et du développement local, accompagné de deux collaboratrices ;
- **Vendredi 28 juillet 2023** : envoi du Mémoire en réponse au PV de synthèse des observations du public par courriel du Grand Chambéry au commissaire-enquêteur ;
- **Lundi 31 juillet 2023** : réception au domicile du commissaire-enquêteur du mémoire sous format papier non daté en réponse au procès-verbal de synthèse des observations du public.

e. L'information du public et les mesures de publicité de l'enquête

L'information du public a été réalisée de la façon suivante :

Du 17 mai au 5 juillet 2023 : Affichage de l'avis d'enquête publique au siège de Grand Chambéry et à son antenne des Bauges (cf. Certificat d'affichage joint en annexe) ;

Du 17 mai au 5 juillet 2023 : Affichage de l'avis d'enquête publique dans les mairies et les autres lieux d'affichage habituels des 38 communes de la communauté d'agglomération du Grand Chambéry (cf. Certificats d'affichage joints en annexe) ;

Vendredi 19 mai 2023 : 1^{ère} Parution de l'avis d'enquête publique dans le journal d'annonces légales quotidien Le Dauphiné Libéré (jointe en annexe) ;

Vendredi 19 mai 2023 : 1^{ère} Parution de l'avis d'enquête publique dans le journal d'annonces légales hebdomadaire La vie nouvelle (jointe en annexe) ;

Vendredi 9 juin 2023 : 2^{ème} Parution de l'avis d'enquête publique dans le journal d'annonces légales quotidien Le Dauphiné Libéré (jointe en annexe) ;

Vendredi 9 juin 2023 : 2^{ème} Parution de l'avis d'enquête publique dans le journal d'annonces légales hebdomadaire La vie nouvelle (jointe en annexe) ;

Le dossier d'enquête publique, dans son contenu détaillé au paragraphe 10.2, a par ailleurs été publié et mis en ligne sur le site de Préambules et est resté accessible au public pendant toute la durée de l'enquête.

f. Le déroulement de l'enquête publique

Le dossier comprenant, outre les pièces administratives et les avis presse, le projet de RLPI arrêté le 26 janvier 2013 par le Conseil communautaire du Grand Chambéry (Rapport de présentation, Règlement, Zonage et trames), le bilan de la concertation organisée du 28 août 2019 au 16 décembre 2022, ainsi que les avis des Personnes Publiques Associées ou Consultées et les avis des communes membres de Grand Chambéry, a été également mis en ligne et publié sur le site internet dédié (registre dématérialisé) à l'adresse suivante <https://www.registre-dematerialise.fr/> pour consultation et téléchargement du public, qui avait la possibilité :

Grand Chambéry – Rapport d'enquête publique du lundi 5 juin au mercredi 5 juillet 2023 sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) arrêté par délibération du Conseil Communautaire en date du 26 janvier 2023



- ✓ D'accéder gratuitement au dossier d'enquête sur un poste informatique dédié, situé au siège de Grand Chambéry aux jours et heures d'ouverture habituels ;
- ✓ De faire parvenir au commissaire-enquêteur ses observations par lettre adressée au commissaire-enquêteur au siège de l'enquête Grand Chambéry 106, allée des Blachères 73026 - Chambéry cedex ou par courriel envoyé à l'adresse électronique dédiée enquete-publique-2986@registre-dematerialise.fr;
- ✓ D'inscrire ses observations (et d'insérer ses éventuels documents attachés) sur les registres papier d'enquête publique ouverts à cet effet dans les six lieux d'enquête ;
- ✓ D'inscrire ses observations (et d'insérer ses éventuels documents attachés) sur le registre dématérialisé disponible depuis le site internet dédié à l'adresse <https://www.registre-dematerialise.fr/>

L'enquête s'est déroulée dans un contexte général serein et dans un climat propice aux échanges entre le commissaire enquêteur et le public.

En tant que commissaire-enquêteur **j'ai assuré 12 permanences - détaillées ci-dessous** - pour me tenir à la disposition du public et recueillir ses observations :

- Lundi 5 juin 2023 Siège de Grand Chambéry 8h30-12h
- Mardi 6 juin 2023 Chambéry (Mairies Centre Laurier) 8h30-12h
- Jeudi 8 juin 2023 La Motte-Servolex 13h30-17h30
- Samedi 17 juin 2023 La Ravoire 8h15-11h45
- Mardi 20 juin 2023 Saint-Jean-d'Arvey 9h-12h
- Mercredi 21 juin 2023 La Ravoire 13h30 - 17h15
- Jeudi 22 juin 2023 Chambéry (Mairies Centre Laurier) 13h30-18h
- Mercredi 28 juin 2023 Chambéry (Mairies Centre Laurier) 13h30-17h
- Jeudi 29 juin 2023 Saint-Jean-d'Arvey 14h-18h
- Samedi 1er juillet 2023 La Motte-Servolex 8h15-11h45
- Mardi 4 juillet 2023 Antenne des Bauges 14h - 17h30
- Mercredi 5 juillet 2023 Siège de Grand Chambéry 13h30-17h

Un très petit nombre de personnes s'est présenté à mes permanences pour d'une part bénéficier de mon aide dans la lecture du dossier et la compréhension du contenu des documents, d'autre part formuler leurs remarques ou annoncer qu'ils déposeront leurs contributions sur le Registre Numérique.

- ✓ Ainsi très peu d'observations du public ont été consignées sur les registres papier d'enquête lors de mes permanences ;
- ✓ A noter également qu'aucune observation du public n'a été inscrite sur les registres papier en dehors de mes permanences ;
- ✓ Complémentairement des observations du public plus nombreuses ont été inscrites et publiées sur le registre d'enquête dématérialisé sur le site internet dédié <https://www.registre-dematerialise.fr/4633> ;
- ✓ Enfin des observations m'ont été envoyées par courriel à l'adresse dédiée enquete-publique-4633@registre-dematerialise.fr.

A l'expiration du délai d'enquête coïncidant avec la fin de ma dernière permanence du mercredi 5 juillet 2023 au siège de Grand Chambéry, j'ai procédé à la clôture des registres papier de l'enquête publique ainsi qu'à l'arrêté des pièces annexes (mémoires, notes, plans), et courriels adressés à mon attention. La clôture du registre numérique quant à elle intervenant automatiquement et concomitamment le même jour à 17 heures.

12. Les observations du public (Cf. PV de synthèse du 13 juillet 2023 en annexe)

J'ai dressé un procès-verbal de synthèse des observations du public que j'ai remis le 13 juillet 2023 en mains propres au siège de Grand Chambéry à Mme Corine Wolff, Vice-Présidente chargée de l'urbanisme et du droit des sols, en présence de Monsieur Christophe Jacquet, Responsable du service urbanisme-planification-foncier de Grand Chambéry - direction de l'urbanisme et du développement local, accompagné de deux collaboratrices. La remise de ce document s'est transformée en séance d'analyse des observations du public et d'échanges de points de vue sur le dossier.

Les éléments statistiques de la participation du public à l'enquête dématérialisée sont les suivants :

- Nombre de visiteurs uniques : 1 238
- Nombre de visiteurs ayant téléchargé au moins un document de présentation : 389
- Nombre de contributions déposées : 109
 - Dont 103 contributions de personnes physiques
 - Dont 40 contributions anonymes
 - Dont 3 contributions émanant de Professionnels de la publicité
 - Dont 3 contributions émanant d'Associations ou de collectif d'Associations de protection de l'environnement

Les éléments statistiques de la participation du public inscrites sur les registres d'enquête papier sont les suivants :

- Nombre de déposants : 7
 - Dont le Maire de La Ravoire venu porter à ma connaissance l'avis du conseil municipal du 11 mai 2023, collé au registre
 - Dont 2 Professionnels de la publicité : UPE et J-C Decaux
 - Dont 4 représentants du Collectif de citoyens(nes) et d'Associations (Extinction Rébellion Chambéry, ATTAC Savoie, Les Amis de la Terre Savoie, Conscience et Impact Ecologique, Greenpeace Chambéry), soutenu par Paysages de France.

Synthèse des observations du public

Par souci d'homogénéité dans l'analyse j'ai séparé les observations émanant de Particuliers de celles des professionnels et des Associations. Le nombre des observations émanant et souvent leur redondance m'ont conduit d'autre part à les traiter sous la forme d'une grille d'analyse, identifiant les thèmes dégagés et les demandes ou propositions du public, de laquelle ressortent les éléments suivants :

- Avis favorables : 5
- Avis réservés : 7
- Avis défavorables : 95
 - Dont 45 opposent des convictions dogmatiques
 - Dont 24 reprennent les items du Collectif de citoyens (nes) et d'associations chambériennes
 - Dont 10 y ajoutent ceux de la convention citoyenne pour le climat
 - Dont 17 commerçants faisant écho aux Professionnels de la publicité

- Dont 62 revendiquent plus d'interdictions
 - Dont 14 réclament des simplifications (moins de zones, moins de trames) pour une facilitation de mise en œuvre et un contrôle aisé
- ⇒ A noter : 2 observations sur le PLUI HD déposées par erreur sur le registre dématérialisé du RLPI et retransmises par mes soins à la commission d'enquête ad hoc.

Méthode d'analyse des contributions

La méthode de tri et d'analyse a consisté à regrouper les contributions ayant des caractéristiques communes, puis à les trier par nature d'avis (favorables, réservés, défavorables) selon divers critères d'appréciation (positifs ou négatifs) motivant des demandes d'interdictions et/ou de simplifications.

On distingue majoritairement **3 groupes de contributions défavorables** :

- Des observations à caractère politique de citoyens radicaux ;
 - Des observations militantes d'associations environnementales et du collectif d'associations et de citoyen(nes) du Grand Chambéry ;
 - Des observations des syndicats (nationaux ou régionaux) des professionnels de la publicité relayées par des structures locales (entreprises, commerces...).
- ✓ **Les observations à caractère politique de citoyens radicaux :**
Fondées sur le dogme que la publicité est le carburant du capitalisme en tant que vecteur de surproduction et de surconsommation, ayant pour corollaire l'épuisement des ressources naturelles, le réchauffement climatique et la destruction de la planète, leurs auteurs concluent qu'il faut supprimer toutes formes de publicité sur le territoire.
- ✓ **Les observations militantes d'associations environnementales et du collectif d'associations et de citoyen(nes) du Grand Chambéry ;**
- **France Nature Environnement**
Sur le rapport de présentation - point noir à traiter en priorité : 63 % des publicités sont non conformes et de nombreuses enseignes en infraction => il convient donc que la municipalité communique avec les contrevenants pour leur mise en conformité sans délai quitte à élaborer un guide de bonnes pratiques ;
Sur le projet de règlement : une simplification du zonage s'impose cf. 4 zones et 3 trames ; interdire les publicités éclairées ; pas de dispositif de dimension exceptionnelle jusqu'à 50 m2 (DG1-14) ; éteindre les enseignes lumineuses lors de la fermeture de l'établissement (DG2-3) ; éteindre les publicités et enseignes lumineuses en même temps que les vitrines lors de la fermeture de l'activité ; limiter à 4 m2 la publicité sur le mobilier urbain en cohérence avec les autres zones ZP (C-ap3 et D-3-2) ; spécifier dans le glossaire que les drapeaux et oriflammes sont assimilés à des enseignes scellées au sol ;
Sur les plans annexés : faire figurer les zones d'exclusion (publicités, enseignes et préenseignes) prévues par le code de la route (article R218-4) le long des RN201 et A43/41 ; dessiner les limites des zones agglomérées et s'assurer que les panneaux EB10 et EB20 sont implantés en cohérence avec celles du PLUI ;
Conclusion : la municipalité de Chambéry devra se doter de moyens pour faire appliquer le RLPI qui devrait apporter une amélioration perceptible du cadre de vie.

- **Paysages de France**
 Demande de préciser dans le RLPI que la publicité commerciale doit être placée de façon accessoire et la communication locale sur la face la plus visible Article R.581-42 du code de l'environnement ;
 Demande de réglementer plus les bâches de chantier par le RLPI ;
 Rappelle que les publicités et enseignes lumineuses sont très dommageables à l'environnement et hors toute logique concurrentielle
 ⇒ Voir son avis synthétique en annexe 1 du PV de synthèse.
- **Collectif d'associations (Extinction Rébellion Chambéry, ATTAC Savoie, Les Amis de La Terre Savoie, Conscience et impact écologique, Greenpeace Chambéry) et de citoyens(nes)**
 Le Collectif propose 8 revendications pour un RLPI ambitieux et réaliste :

- 1 Pas de dérogation au Règlement National de Publicité, alors que cela est prévu actuellement, en particulier autour des monuments historiques,
- 2 Interdiction des enseignes et publicités numériques et des publicités lumineuses,
- 3 Limitation de la taille maximale des publicités à 2m² et de la distance entre deux panneaux à 160m
- 4 Simplification du zonage et des règles du RLPI, pour faciliter la compréhension et l'application du RLPI, ainsi que 1 Pas de dérogation au Règlement National de Publicité, alors que cela est prévu actuellement, en particulier autour des monuments historiques,
- 2 Interdiction des enseignes et publicités numériques et des publicités lumineuses,
- 3 Limitation de la taille maximale des publicités à 2m² et de la distance entre deux panneaux à 160m
- 4 Simplification du zonage et des règles du RLPI, pour faciliter la compréhension et l'application du RLPI, ainsi que le contrôle de la conformité des publicités,
- 5 Instauration d'une zone blanche autour des établissements éducatifs et culturels, pour protéger les enfants et les jeunes des impacts de la publicité,
- 6 Interdiction des publicités commerciales sur les abris urbains destinés au public,
- 7 Harmonisation des règles pour les enseignes entre les centres-villes et les autres zones,
- 8 Pas de dérogation pour les enseignes et publicités temporaires,
- 5 Instauration d'une zone blanche autour des établissements éducatifs et culturels, pour protéger les enfants et les jeunes des impacts de la publicité,
- 6 Interdiction des publicités commerciales sur les abris urbains destinés au public,
- 7 Harmonisation des règles pour les enseignes entre les centres-villes et les autres zones,
- 8 Pas de dérogation pour les enseignes et publicités temporaires.



- Ces 8 propositions ont fait l'objet d'une pétition sur internet, qui a reçu l'appui de 1241 citoyens et citoyennes signataires (liste remise en main propre au commissaire-enquêteur) ainsi que de nombreuses associations (dont Paysages de France).

Le Collectif propose d'intégrer ces propositions au RLPI de la manière suivante :

N°1 : élargir la ZP1 à Saint-Sulpice, Jacob-Bellecombette et Barberaz pour partie (cf. avis du PNR de Chartreuse) ; inclure dans la trame 1 tous les périmètres des monuments historiques (cf. avis ABF) ; interdire toute publicité commerciale sur mobilier urbain dans la trame 1 => fusion des trames 1 et 3 ;

N°2 : sécuriser juridiquement l'interdiction de publicité numérique prévue au RLPI (y compris sur le mobilier urbain) ; interdire totalement les publicités lumineuses (inutiles en été cf. extinction obligatoire entre 22h et 7h, onéreuses depuis le décret du 17 octobre 2022 n° 2022-1331 rendant obligatoire à partir du 1er juin 2023 l'installation de systèmes de pilotage à distance, sujet à débat sur les températures de couleur ;

N°3 : considérer la surface hors-tout pour l'ensemble des publicités sans exception ; réduire le format autorisé à 4 m², voire 2 m² ; spécifier en disposition générale une distance minimale de 160 m entre 2 dispositifs publicitaires sur le domaine public ;

N°4 : apporter les simplifications suivantes : fusionner les trames 1 et 3 en en faisant des zones vierges de publicité, voire fusionner les 3 trames ; élargir la ZP1 à tous les espaces hors agglomération ; harmoniser les règles applicables au sein de chaque zone ; supprimer la distinction entre le mobilier urbain et les autres publicités à l'article DG1-3 ;

N°5 : élargir la trame 3 aux abords des écoles, collèges, lycées, bibliothèques, MJC et centre de loisirs de l'ensemble des communes de Grand Chambéry et d'étendre son périmètre à 100 m autour de chacun de ces bâtiments ou à l'ensemble des rues adjacentes ;

N°6 : interdire les publicités commerciales sur les abris urbains destinés au public, cf. aberration du système de financement des équipements publics et de la communication institutionnelle par la publicité nuisible aux habitants ;

N°7 : prise en compte dans le RLPI ;

N°8 : supprimer les règles spécifiques aux enseignes et publicités temporaires et leur appliquer les règles applicables aux dispositifs permanents.

Ces 8 mesures vont dans le sens de la proposition C2-2 de la Convention Citoyenne pour le Climat. Elles permettront une plus grande équité entre les grandes enseignes et les petits commerces. Elles réduiront les incitations à la surconsommation et à l'épuisement des ressources naturelles. Elles protégeront la santé des citoyens. Elles amélioreront notre cadre de vie en embellissant les centres-villes et les portes d'entrée de notre territoire en cohérence avec le projet de Grand Chambéry de développer un tourisme intégré et respectueux de la vie locale et des patrimoines. Elles protégeront notre environnement en réduisant la pollution lumineuse, comme le préconisent le ministère de l'environnement et l'office français de la biodiversité. Elles réduiront, via l'extinction des publicités soutenue par RTE, la consommation électrique et le risque de tension sur le réseau électrique. Elles permettront une vision plus humaniste et centrée sur le bien-être des citoyens, sur une qualité de vie améliorée et la construction d'une société plus saine, plus juste, plus inclusive plus sobre et plus équitable.

Commentaires du commissaire-enquêteur

Les propositions d'intégration n° 5 et 6 au RLPI formulées par le Collectif doivent être analysées avec objectivité, de sorte à y répondre de façon argumentée, qu'il s'agisse du périmètre de la tranche 3 ou du financement du mobilier urbain.

✓ **Les observations des syndicats (nationaux ou régionaux) des professionnels de la publicité relayées par des structures locales (entreprises, commerces...).**

○ **Syndicat National de la Publicité Extérieure**

Le SNPE observe que le RLPI ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie de la commune et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux et conduira à terme à la disparition de son média sur le domaine privé de l'agglomération et de l'activité économique qu'il génère.

L'interdiction générale et absolue de la publicité sur la majeure partie du domaine privé de la commune de Chambéry et de La Motte-Servolex, où se concentre la grande majorité des dispositifs réglementaires, associée à des dispositions d'implantation confiscatoires et la superposition de régimes d'interdiction des zones Trames, engendrent une perte de patrimoine de plus de 90 %, qui s'apparente à une interdiction déguisée de la publicité sur le domaine privé de toute l'agglomération.

Le SNPE représente une quarantaine d'entreprises allant de TPE à PME de taille, nationale qui exercent principalement leur activité sur les territoires. Média le plus réglementé aux plans national et local depuis « Grenelle 2 » et les textes normatifs qui ont suivi, il a subi une forte diminution de son chiffre d'affaires, qui se poursuit au fur et à mesure des RLPI.

La publicité extérieure est un secteur qui doit être économiquement préservé. Média de proximité, la publicité permet aux acteurs économiques locaux de se faire connaître et d'assurer leur développement et leur notoriété. Elle apporte par ailleurs des ressources non négligeables aux collectivités locales et participe au développement économique des territoires.

Tel qu'il est rédigé, le RLPI de Grand Chambéry privera les collectivités (par la baisse de la TLPE) ainsi que les bailleurs privés louant leurs propriétés (revenu équivalant à un treizième mois de salaire ou de retraite) d'importantes ressources financières.

S'ensuit un plaidoyer pour un engagement volontaire du SNPE pour une publicité plus responsable, le respect de la liberté d'affichage, la parité de traitement domaine privé/domaine public. Il regrette qu'aucune étude d'impact des futures dispositions du RLPI n'ait été présentée afin d'éclairer les choix qui auraient été les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et d'évaluer les conséquences qui peuvent être raisonnablement attendues pour chacune des parties concernées.

Afin de maintenir une concurrence loyale sur tout le territoire du Grand Chambéry, le SNPE soumet des dispositions d'aménagements réglementaires permettant d'améliorer les équilibres du projet de texte et de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux.

Les propositions du SNPE sont les suivantes :

- Formats des publicités : retenir une surface maximale de 5,30 m² en lieu et place de 4 m² et une surface maximale de 10,5 m² en lieu et place de 8,5 m² ;
- Eclairage des dispositifs : retirer le dernier alinéa de l'article DG1-4 ainsi que son schéma ; retirer la recommandation ;
- Publicité lumineuse : instituer une parité de traitement avec le domaine public, préciser que les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont assujettis aux dispositions applicables à la publicité non lumineuse ;
- Publicité numérique : soumettre la publicité numérique à la réglementation nationale afin que les Maires puissent exercer un contrôle discrétionnaire de chaque demande d'autorisation préalable et déterminer le format qu'ils estiment être le plus adapté ;
- Calcul de la règle de densité : retirer le paragraphe portant sur la méthode de calcul de la règle de densité non conforme à la jurisprudence rendue en la matière ;
- Recul de l'emprise des voies publiques : retirer le recul de l'emprise des voies ouvertes à la circulation publique ;
- Dimension du pied du dispositif scellé au sol : limiter la largeur du pied au quart de la largeur afin de respecter les standards des dispositifs de chacun des opérateurs ;
- Passerelle de sécurité : préciser que les passerelles devront être repliables dès lors qu'elles sont visibles depuis la voie publique ;
- Dispositif publicitaire sur support mural : retirer le recul de 0,5 m de l'arête du mur, ajouter qu'un dispositif publicitaire ne peut masquer les chaînages d'angles du mur qui le supporte ;
- Dispositions spécifiques du RLPI : ZP2 instituer une parité de traitement avec le domaine public, réintroduire la publicité sur support mural jusqu'au format d'affichage de 4 m² (5,3 m² moulures comprises) ; ZP3 instituer une parité de traitement avec le domaine public, autoriser la publicité scellée au sol et sur support mural, dans les communes de Chambéry et de La Motte-Servolex jusqu'au format 10,5 m² (surface d'affiche de 8 m²) ; ZP4 instituer une parité de traitement avec le domaine public, autoriser la publicité scellée au sol et sur support mural jusqu'au format de 10,5 m² (surface d'affiche de 8 m²) ;
- Trames :
 - Trame 1 (T1) : instituer une parité de traitement avec le domaine public, autoriser la publicité sur support mural jusqu'au format d'affichage de 2 m² (3,5 m² moulures comprises) en ZP2 dès lors qu'elle n'est pas en covisibilité avec un monument historique,, autoriser la publicité sur support mural et scellé au sol jusqu'au format d'affichage de 4 m² (5,7 m² moulures comprises) en ZP3 dès lors qu'elle n'est pas en covisibilité avec un monument historique, autoriser la publicité sur support mural et scellé au sol jusqu'au format d'affichage de 8 m² (10,5 m² moulures comprises) en ZP4 dès lors qu'elle n'est pas en covisibilité avec un monument historique ;
 - Trame 2 (T2) : retirer la trame 2 de la ZP4 et ajouter que les dispositifs scellés au sol sont interdits, si les affiches qu'ils supportent sont visibles à moins de 100 m d'une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



o **JCDecaux**

Après avoir rappelé que le mobilier urbain est susceptible de recevoir à titre accessoire de la publicité (à la différence des dispositifs exclusivement dédiés à la publicité commerciale) et qu'il ne pèse pas sur le budget des collectivités et des citoyens, JCD précise que le mobilier urbain est entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité par le contrat public, qui en définit le nombre, le type, la surface d'exploitation publicitaire et les lieux d'implantation, ainsi que par les autorisations d'occupation du domaine public, les autorisations préalables et les déclarations préalables de travaux, qui permettent à la collectivité de valider au cas par cas les implantations.

Nonobstant, JCD relève dans le RLPI la présence de règles pouvant conduire à limiter les possibilités d'implantation et/ou du mobilier urbain publicitaire.

- En premier lieu la spécificité du mobilier urbain ne supportant de la publicité qu'à titre accessoire, il y a lieu :
 - D'insérer au Préambule du RLPI, que la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPI,
 - De préciser que les dispositions concernant les dispositifs scellés au sol, notamment à l'article DG1-10 « Implantation » ne sont pas opposables au mobilier urbain.
- En second lieu, considérant qu'une interdiction générale et absolue de toute publicité et pré-enseigne numérique y compris sur mobilier urbain (article DG1-1), risque d'être censurée par le juge, JCD propose de réintroduire le mobilier urbain numérique en toutes zones, afin de maintenir le libre choix de la collectivité de déployer ou non à l'avenir ce type de mobilier.
- En troisième lieu la trame 3 interdisant la publicité supportée par le mobilier urbain autour des écoles de la ville de Chambéry, les zones économiques de Saint-Baldoph et sur la voie verte cyclable, impacterait 20 mobiliers urbains publicitaires (10 mobiliers urbains d'information de 2 m², 4 mobiliers urbains d'information de 8 m², et 6 abris-voyageurs) interdisant ainsi le maintien des services délivrés par les mobiliers urbains sous contrôle de la collectivité dans ces zones : il y a donc lieu de supprimer la trame 3 et de modifier en conséquence l'article 1B du RLPI.
- En quatrième lieu et pour tenir compte des récentes évolutions du régime d'extinction des publicités lumineuses apposées sur le mobilier urbain, JCD propose de prévoir une extinction de 23h à 6h « à l'exception du mobilier urbain affecté aux services de transports et durant les heures de fonctionnement /service desdits transports ».
- En cinquième lieu, JCD souhaite par modification de l'article DG1-3-2, d'une part que soit rendue opposable au mobilier urbain la définition de surface utile/surface d'affiche insérée au glossaire, aujourd'hui opposable aux seuls dispositifs publicitaires ou enseignes, d'autre part que soit maintenue la possibilité de déployer du mobilier urbain déroulant sur le territoire de Grand Chambéry.

o **Union de la Publicité Extérieure (UPE)**

L'UPE, considérant que les découpages du territoire et les règles associées à chacune des zones, notamment celle du format des dispositifs publicitaires, conduisent à la disparition du média de la communication extérieure « grand format », présente des demandes d'aménagements réglementaires, afin qu'un compromis puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre : en ZP4 inclure l'ensemble composant le Parc des Expositions ainsi que l'ensemble du secteur d'activités indiqué dans son illustration, créer

une zone spécifique dite « Axes structurants » incluant l'ensemble des axes de la trame espaces vitrines, complétée des 2 axes avenue de la Boisse et route de Labiaz avec les règles suivantes applicables aux communes de plus de 10 000 habitants appartenant à la communauté urbaine de Chambéry : format d'affiche 8 m²/dispositif de 10,5 m², encadrement inclus, 1 dispositif maximum par unité foncière développant un linéaire sur rue supérieur à 20 mètres, 1 espacement minimum de 100 m entre chaque dispositif sur le domaine ferroviaire composé d'une seule unité foncière ; autoriser la publicité numérique par le RLPI, cf. l'avis de la DDT considérant que son interdiction serait injustifiée ; la largeur du pied des dispositifs scellés au sol n'excède pas le ¼ de la largeur totale du dispositif ; supprimer les dispositions relatives aux couleurs de l'article DG1-6 impliquant une appréciation subjective et empêchant aux opérateurs de disposer d'une différenciation de marque et les remplacer par la possibilité d'un encadrement en inox chromé ou en métal ; autoriser une règle d'extinction de l'éclairage entre 23h et 6h ; retirer du RPLI les recommandations relatives aux lumières utilisées pour l'éclairage de la publicité ; supprimer la règle d'implantation des dispositifs scellés au sol dépourvue de toute logique de protection environnementale ; appliquer les seules dispositions du RLPI à l'affichage de petit format ; soumettre les bâches publicitaires à la seule réglementation nationale et supprimer la limitation de 12 mois ; fixer à 2 m² la surface cumulée des dispositifs implantés derrière une vitrine ou baie sur l'ensemble du territoire ; dispositions relatives aux publicités et préenseignes : en ZP3 autoriser des dispositifs muraux dans un format d'affiche de 8 m² sur les villes de Chambéry et de La Motte-Servolex à défaut de création d'une zone Axes ; format d'affichage en ZP4 à porter à 10,5 m² pour tenir compte de la très grande majorité des modèles de dispositifs existants à ce jour et éviter la destruction des dispositifs actuels ; trame 2 Espace vitrine à supprimer lorsqu'elle se superpose à la ZP4 ; pas de distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée et autoriser des dispositifs publicitaires numériques d'un format de 2 m² sur le domaine ferroviaire en gare de Chambéry ; préciser que les dispositifs publicitaires déroulant restent autorisés et autoriser explicitement la publicité par projection et supprimer toute interdiction éventuelle contenue dans l'article DG1-4 ; compléter la définition de l'encadrement donnée par le lexique pour tenir compte des dispositifs rotatifs affichant plusieurs affiches et des dispositifs publicitaires numériques.

Commentaires du commissaire-enquêteur

En l'absence de preuves sur les formats d'affichage et d'éléments chiffrés des conséquences financières du RLPI, il est impossible de vérifier les arguments avancés par les professionnels de la publicité extérieure, ci-après rappelés : SNPE perte de 90 % des installations, baisse importante de la TLPE des collectivités, perte de revenu significative pour les bailleurs privés ; JCDecaux perte de 20 mobiliers urbains ; UPE disparition du média de la communication extérieure « grand format » sur tout le territoire.

Nonobstant, les motifs des avis défavorables des Professionnels de la publicité extérieure (SNPE, JCDecaux et UPE) sur l'impact économique du RLPI et les standards de la profession s'opposent aux choix réglementaires d'un zonage tramé, traduisant la volonté des élus de maîtriser la présence des dispositifs publicitaires dans les paysages urbains sur l'ensemble du territoire du Grand Chambéry.

13. Réponses du Grand Chambéry au Procès-verbal de synthèse des observations du public

Les réponses du Grand Chambéry ont pris la forme **d'un mémoire en réponse** au Procès-verbal de Synthèse des observations du public, transmis par courriel et par lettre recommandée avec accusé de réception reçue au domicile du commissaire-enquêteur le mardi 2 août 2023.

Elles s'intègrent au sein du Procès-verbal de synthèse après chaque grande partie :

Réponses aux observations du Public

« Nombre des points de désapprobation du projet par le public ne sont pas de la compétence du RLPI, le code de l'environnement ne lui donnant ni les outils réglementaires pour les gérer, ni le droit de justifier de dispositifs réglementaires pour ces raisons. Ainsi le RLPI ne peut interdire totalement la publicité sur tout le territoire ou encore moins gérer le contenu des publicités affichées. En revanche il encadre de manière plus restrictive que la réglementation nationale les possibilités d'affichage des publicités, préenseignes et enseignes. Il encadre notamment davantage les dispositifs numériques et lumineux dans un objectif de préservation du cadre de vie, ce qui concourt également à une meilleure protection du ciel nocturne. Par ailleurs le RLPI ne peut se baser que sur le code de l'environnement pour réglementer l'affichage, ainsi les nuisances en rapport avec la sécurité routière relèvent du code de la route. »

Réponses aux observations des Professionnels

*« Les élus de Grand Chambéry ont recherché un équilibre entre la nécessaire protection du cadre de vie et des paysages, les aspirations des citoyens, et la vitalité économique du territoire. Les impacts de la réglementation du futur RLPI ont été pris en compte dans le cadre des études menées pour l'élaboration de ce document.
D'une manière générale le RLPI est un document d'urbanisme, dont la vocation est de permettre une adaptation de la réglementation nationale (RNP) aux réalités et enjeux du territoire. En cela la réponse est un zonage publicitaire permettant de nuancer la réglementation aux ambiances paysagères et aux occupations du sol (au même titre qu'un PLUI). Chaque zone et trame permet de répondre à un enjeu et une volonté politique spécifique, en cela elles sont toutes nécessaires. En ce qui concerne les autres remarques (gabarits, densité, lumineux...), l'objectif global souhaité par les élus est de permettre un cadre raisonné afin de limiter/maîtriser la présence des dispositifs dans les paysages urbains, des ajustements techniques pourraient toutefois être étudiés sous réserve d'arbitrage politique. »*

Réponses aux observations des Associations

*« La volonté de Grand Chambéry est bien de réduire les consommations énergétiques de manière globale sur son territoire. A ce titre, les publicités et les enseignes numériques sont totalement interdites sur l'entièreté du territoire. Cependant il semble nécessaire de maintenir une possibilité lumineuse pour des raisons évidentes de visibilité dans les zones économiques notamment, surtout lors des périodes hivernales. Celle-ci est strictement encadrée de manière à limiter la pollution lumineuse associée.
La limitation des gabarits, des typologies de dispositifs et de la densité a également été une ambition forte des élus, le consensuel actuel semble être le plus pertinent au regard de la balance maintien des activités économiques/protection des paysages. »*

- **Réponses aux observations du commissaire-enquêteur**

« L'arbitrage entre les besoins d'affichage nécessaires au maintien de l'activité économique et la protection du paysage a constitué le fil directeur de l'élaboration du RLPI de Grand Chambéry.

Suite à cette enquête publique et après réception du rapport d'enquête et de vos conclusions, Grand Chambéry rencontrera les communes concernées par les remarques spécifiques et pourra proposer, si nécessaire, un comité de pilotage d'arbitrage en vue de préparer la délibération d'approbation et son argumentaire.

Les points relevés dans votre procès-verbal ainsi que les conclusions de votre rapport guideront ces futurs échanges en vue de l'approbation définitive du RLPI. »

14. Appréciations du Commissaire-enquêteur

⇒ **Sur la forme du dossier d'enquête publique**

La forme du dossier d'enquête sur RLPI de Grand Chambéry est réglementaire, en tout point conforme aux dispositions du code de l'environnement et en particulier au regard des dispositions de la loi Grenelle II, qui a rappelé les modalités d'élaboration du document.

Les différentes pièces constitutives du dossier sont par ailleurs claires et soignées.

⇒ **Sur le fond du dossier d'enquête publique**

Le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI), arrêté par délibération du conseil communautaire du Grand Chambéry en date du 26 janvier 2023 est cohérent par rapport aux orientations et objectifs - ressortis du diagnostic territorial (cadre de vie, structure économique, déplacements) - tels qu'ils ont été transcrits en choix opérés et justifiés par la collectivité.

Un travail important de co-construction du projet avec les communes a été conduit durant toute la phase d'élaboration avec de nombreuses séances de travail et d'échanges de points de vue entre élus et services techniques.

Ces réflexions préliminaires ont été complétées par les avis exprimés sur les registres (papier et dématérialisé) ouverts à cet effet durant toute la phase de concertation du 28 août 2019 au 16 décembre 2022, ponctuée de quatre réunions publiques et de travail auxquelles les publics ont répondu présent, en particulier les acteurs associatifs et les professionnels de la publicité. Le bilan de la concertation, approuvé par le conseil communautaire du 26 janvier 2023, atteste du sérieux et de la qualité de la démarche participative.

Les avis des Personnes Publiques Associées à l'élaboration du dossier d'enquête sont clairement motivés, de même que les délibérations des conseils municipaux qui attestent de l'adhésion majoritaire des communes (14 sur 16 ; une incompréhension ou une insuffisance de concertation semble être la cause des 2 délibérations défavorables) au RLPI arrêté par le conseil communautaire.

Ces avis et délibérations, éclairant les différents documents formant le dossier réglementaire du RLPI de Grand Chambéry et permettant une bonne appréciation des enjeux environnementaux, économiques et sociétaux, ont permis au public, qui souhaitait participer à l'enquête publique de forger son opinion et d'exprimer ses observations de manière pleinement satisfaisante.

En revanche, concernant l'économie générale du projet, le dossier d'enquête publique est insuffisant, car il ne permet pas aux citoyens de se faire une opinion sur les catastrophes économiques et financières, prédites par les organisations professionnelles de la publicité, qui seraient consécutives à la mise en œuvre du

RLPI : assèchement de la TLPE, baisse d'activité des entreprises locales et pertes d'emplois, tarissement de la manne finançant le mobilier urbain et la communication publique avec pour corollaire un report de charges sur les contribuables... Parallèlement il ne permet pas non plus d'évaluer objectivement l'impact des revendications du Collectif d'associations et de citoyen(nes), prônant notamment plus de restrictions publicitaires et un financement public du mobilier urbain et de l'affichage institutionnel.

15. Commentaires conclusifs du rapport du Commissaire-enquêteur

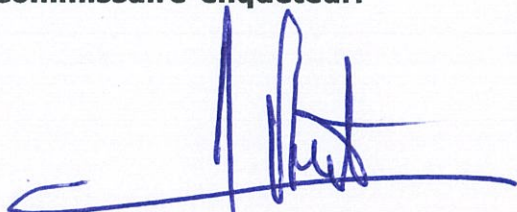
Il apparaît après étude du dossier dans son ensemble des pièces constitutives et en terminaison du présent rapport d'enquête publique, sur la base duquel j'exprime mes conclusions et mon avis motivés séparément :

- Que le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) mis en œuvre par Grand Chambéry et soumis à enquête publique, est :
 - D'une part conforme au corpus juridique et réglementaire applicable au Grand Chambéry, encadrant le dispositif juridique issu principalement des lois du 29 décembre 1979, 12 juillet 2010 (loi ENE), des prescriptions du code de l'environnement constituant le Règlement National de Publicité (RNP) réformées par décret en date du 30 janvier 2012, et de la récente Loi « Climat et Résilience » du 24 août 2021 ;
 - D'autre part cohérent vis-à-vis des enjeux territoriaux et des impacts environnementaux ;
- Que les objectifs poursuivis en traduction des quatre orientations, issues du diagnostic territorial de Grand Chambéry, répondent aux enjeux d'affichage extérieur défini par la collectivité ;
- Qu'il demeure néanmoins des points critiques, observés par les PPA, le public, ou résultant de mon analyse du dossier :
 - L'absence d'étude d'impact des futures dispositions du RLPI, qui aurait permis d'éclairer les choix en fonction des objectifs poursuivis et de leurs conséquences ;
 - La limitation du périmètre de la Trame 1 (T1) – Patrimoine, qui aujourd'hui ne concerne que les 2 Sites Patrimoniaux Remarquables de Chambéry et les 2 Périmètres Délimités de La Motte Servolex (PDA Château Reinach et PDA Eglise) ;
 - La limitation de la trame 3 (en sus des zones économiques de Saint-Baldoph et le long des avenues vertes cyclables) aux abords des seules écoles de la commune de Chambéry ;
 - La justification des publicités commerciales sur les abris urbains par le système de financement des équipements publics et de la communication institutionnelle ;
 - L'impossibilité de mesurer l'impact financier du RLPI sur les recettes des communes et le budget de Grand Chambéry en raison de l'absence de données chiffrées dans le dossier d'enquête publique - s'agissant aussi bien de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) que du marché public (Groupement de commandes entre la ville de Chambéry et la communauté d'agglomération de Grand Chambéry) avec JCDecaux pour le mobilier urbain – et donc d'analyser l'économie générale du projet.

Fin du rapport d'enquête publique

L'enquête s'étant déroulée dans le respect des dispositions réglementaires du code de l'environnement, selon les modalités d'organisation et de déroulement précisées dans l'arrêté du Président de la communauté d'agglomération de Grand Chambéry, portant ouverture de l'enquête publique sur le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) du 24 avril 2023, je clos le présent rapport d'enquête publique et ses annexes récapitulées en page suivante.
Mes conclusions et mon avis motivé sont présentés dans un document séparé.

**Achevé de rédiger à Plancherine le jeudi 10 août 2023,
Par Alain VINCENT
Commissaire-enquêteur.**



ANNEXES

1. Demande au Tribunal Administratif de désignation d'un commissaire-enquêteur de Grand Chambéry en date du 16 mars 2023 ;
2. Décision du Président du Tribunal Administratif de Grenoble n° E23000050/38 désignant le Commissaire-enquêteur en date du 29 mars 2023 ;
3. Arrêté du Président de Grand Chambéry n° 2023-023A prescrivant l'enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) en date du 24 avril 2023 ;
4. Avis d'enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) de Grand Chambéry ;
5. Annonces légales dans la presse :
 - a. **Vendredi 19 mai 2023** : 1^{ère} Parution de l'avis d'enquête publique dans le journal d'annonces légales Le Dauphiné Libéré ;
 - b. **Vendredi 19 mai 2023** : 1^{ère} Parution de l'avis d'enquête publique dans le journal d'annonces légales la vie Nouvelle ;
 - c. **Vendredi 9 juin 2023** : 2^{ème} Parution de l'avis d'enquête publique dans le journal d'annonces légales Le Dauphiné Libéré ;
 - d. **Vendredi 9 juin 2023** : 2^{ème} Parution de l'avis d'enquête publique dans le journal d'annonces légales La vie nouvelle ;
6. Article de presse dans l'Essor Savoyard du 15 au 22 juin 2023 ;
7. Tableau récapitulatif dressé par Grand Chambéry des certificats d'affichage de l'avis d'enquête publique dans les communes de la communauté d'agglomération ;
8. Certificat d'affichage de l'avis d'enquête publique dressé par Grand Chambéry en date du 31 juillet 2023 ;
9. Délibération du conseil communautaire de Grand Chambéry en date du 26 janvier 2023 tirant le bilan de la concertation avec le public pour l'élaboration du RLPI ;
10. Délibération du conseil communautaire de Grand Chambéry en date du 26 janvier 2023 arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) ;
11. Délibérations du conseil municipal des communes ayant donné un avis défavorable ou sous réserve :
 - a. La Motte-En-Bauges ;
 - b. Saint-Alban-Leysse ;
 - c. La Ravoire ;
12. Avis des Personnes Publiques Associées :
 - a. Etat en date du 2 mai 2023 ;
 - b. UDAP des Savoies (ABF) en date du 16 février 2023 ;
 - c. CDNPS en date du 16 mai 2023 ;
 - d. Département de la Savoie en date du 12 avril 2023 ;
 - e. CCI de la Savoie en date du 16 mars 2023 ;
 - f. Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc en date du 4 mai 2023 ;
 - g. PNR de Chartreuse en date du 27 avril 2023 ;
 - h. PNR du Massif des Bauges en date du 19 avril 2023 ;
 - i. UPE en date du 11 mai 2023 ;
13. Procès-verbal de synthèse des observations du public en date du 13 juillet 2023 et ses annexes :
 - a. Contribution de France Nature Environnement ;
 - b. Contribution de Paysages de France
 - c. Contribution du Collectif d'associations et de citoyen(ne)s ;
 - d. Contribution du Syndicat National de Publicité Extérieure (SNPE) ;
 - e. Contribution de JCDecaux France ;
 - f. Contribution de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) ;

14. Mémoire de Grand Chambéry en réponse au PV de Synthèse des observations du public ;
15. Zonages du RLPI :
 - a. Du Grand Chambéry,
 - b. Du secteur urbain nord,
 - c. Du secteur urbain sud ;
16. Tableaux de synthèse des principaux dispositifs et gabarits autorisés par le RLPI de Grand Chambéry :
 - a. Publicité et préenseignes
 - b. Enseignes.

