

RAPPORT D'ENQUÊTE PUBLIQUE SUR LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE COMMUNE DE BOURG EN BRESSE (01)

Ce rapport d'enquête publique a été réalisé par Monsieur Gérard BLANCHET commissaire enquêteur nommé par Monsieur le Président du Tribunal Administratif de LYON par ordonnance n° E22000040/69 du 6 avril 2022.

Cette enquête publique, portant sur la Révision du Règlement Local de Publicité de la commune de BOURG EN BRESSE (01), s'est déroulée du 25 avril au 25 mai 2022, conformément à l'article 1 de l'arrêté municipal n° 592725 du 5 avril 2022.

Fait à Saint-Maurice de Rémens le 23 juin 2022

COMPOSITION DU DOSSIER

LIVRE I

1 ^{ère} partie : La Révision du Règlement Local de Publicité.	p. 3
2 ^{ème} partie : Observations des Personnes Publiques Associées et analyse .	p. 21
3 ^{ème} partie : Recueil des questions posées.	p. 23
4 ^{ème} partie : Réponses aux questions.	p. 29
5 ^{ème} partie : Pièces jointes.	p. 32

LIVRE II

Conclusions de l'enquête et avis du commissaire enquêteur.

PREMIERE PARTIE

La Révision du Règlement Local de Publicité.

I - Chronologie de l'enquête publique.	p. 4
II - Contexte du dossier visé par l'enquête publique.	p. 5
III – Présentation du dossier de Révision du RLP.	p. 8
III.1 - Généralités.	P. 8
III.2 - La révision du RLP.	P. 11
III.3 - Explication des choix retenus.	P. 18

I – CHRONOLOGIE DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE.

I-1. Déroulement de l'enquête publique.

L'enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité s'est déroulée du 25 avril au 25 mai 2022 inclus sur la commune de Bourg en Bresse, conformément à l'arrêté municipal n° 59725 en date du 5 avril 2022.

L'enquête publique s'est déroulée de façon satisfaisante, pour ce qui concerne l'accueil et la mise à disposition du local de permanence.

La publicité autour de cette enquête publique a été conforme et a été diffusée par :

- la publicité légale dans deux organes de presse locale Le Progrès et La Voix de l'Ain,
- les panneaux d'affichage réglementaires municipaux, en mairies principale et annexes des Vennes et La Croix Blanche.
- le site internet de la ville de Bourg en Bresse.

👉 La ville de Bourg en Bresse a remis son mémoire en réponse le 14/06/2022 par voie électronique.

• ACTIONS ADMINISTRATIVES.

- 16/12/2019 : délibération prescrivant la procédure de révision du RLP.
- 06/04/2022 : désignation du commissaire enquêteur par la TA de Lyon.
- 05/04/2022 : arrêté municipal n° 59725 prescrivant l'enquête publique relative à la révision du RLP de la Commune de Bourg en Bresse.
- 08/04/2022 : première parution de l'avis d'enquête publique dans le PROGRES et La Voix de l'Ain.
- 14/05/2022 : deuxième parution de l'avis d'enquête publique dans le PROGRES et La Voix de l'Ain.

2. ACTIONS DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR.

- 23/03/2021 : contact avec Madame Amandine Myard, des services techniques la mairie de Bourg en Bresse, pour définir le calendrier des permanences.
- 28/03/2021 : réunion avec Madame Amandine Myard pour prise en mains du dossier.
- 25/04/2022 : première permanence,
- 18/05/2022 : deuxième permanence,
- 25/05/2022 : troisième permanence, entretien avec Monsieur Eric Laborde, Directeur Général Adjoint en charge de l'administration générale/point sur le déroulement de l'enquête/examen sommaire des observations.
- 02/06/2022 : remise par voie électronique de la synthèse des observations.
- 23/06/2022 : remise du rapport d'enquête et des conclusions

II - CONTEXTE DU DOSSIER DE REVISION DU RLP.

II-1. Présentation de la commune.

✧ *Situation administrative.*

Bourg en Bresse est le chef-lieu du département de l'Ain.

Sur le plan administratif, Bourg en Bresse fait partie du canton Bourg-Viriat. Elle est située dans le périmètre du SCoT BOURG-BRESSE-REVERMONT.

Bourg en Bresse est la ville centre de la Communauté d'Agglomération « BOURG EN BRESSE AGGLOMERATION » qui a été mise en place au 1^{er} janvier 2017.

Issue de la fusion de sept intercommunalités le 1er janvier 2017, la Communauté d'Agglomération du Bassin de Bourg en Bresse regroupe désormais 75 communes pour une population de 130 000 habitants.

La Communauté d'Agglomération du Bassin de Bourg en Bresse n'exerce pas la compétence « Règlement Local de Publicité ».

La commune de Bourg en Bresse adhère aux autres Etablissements Publics de Coopération Intercommunale suivants :

- Syndicat Intercommunal d'Energie et de e-communication de l'Ain (SIEA).
- Syndicat du Bassin versant de la Reyssouze.
- ORGANOM (déchets ménagers).

II-2. Géographie – Démographie - Economie.

Bourg en Bresse est située dans la moitié nord du département, à une soixantaine de kms de Lyon, à laquelle elle est reliée par TER, et une trentaine de kms de Mâcon, sur le tracé de l'autoroute A40 (Mâcon-Le Fayet) et l'autoroute A39 (Dôle-Bourg en Bresse).

A une dizaine de kms au sud, l'autoroute A40 s'embranchement sur l'autoroute A42 en direction de Lyon.

Bourg en Bresse compte environ 43 000 habitants (recensement 2018) pour une superficie de 23.86 km². La population de l'aire urbaine de Bourg en Bresse avoisine les 120 000 habitants.

Les populations de la ville et celles de l'aire urbaine (qui s'étend jusque dans le département du Jura) représentent respectivement environ 6.65% et 18.70% du département.

Au niveau des équipements publics, la ville de Bourg en Bresse possède un réseau de transports en commun urbains (RUBIS), un théâtre et une bibliothèque-médiathèque municipaux, un complexe sportif dans le quartier des Vennes et le stade de rugby Marcel Verchère, capable d'accueillir des événements internationaux.

Un centre nautique moderne (le Carré d'eau) et une salle polyvalente, EKINOX, pour le sport (basket) et les spectacles, d'une capacité de 3500 places assises et 5000 debout, complètent l'ensemble de ces équipements.

Sur le plan scolaire et universitaire, la ville de Bourg en Bresse possède quatre collèges publics et deux privés, trois lycées publics et deux privés. Le secteur public est complété par deux lycées professionnels et un lycée agricole.

L'université de Lyon a développé à Bourg en Bresse deux antennes de Lyon I Claude Bernard et Lyon III Jean Moulin et accueille quelques 3200 étudiants.

La formation des maîtres est assurée par une Ecole Supérieure du Professorat et de l'Education (ESPE). Le pôle de recherche agro-alimentaire ALIMENTEC complète cette offre éducative.

Ce contexte a favorisé son développement économique.

Bourg en Bresse, outre sa tradition gastronomique de réputation internationale (poulet de Bresse AOC) associée à une forte activité agroalimentaire, a su développer un secteur industriel de fort calibre avec les usines Renault Trucks (Véhicules Industriels) et Mittal Steels (tréfilerie de câbles et produits métallurgiques), le Groupe Bernard, distributeur automobile de dimension régionale. A ces poids lourds s'ajoute un tissu dense de PME et d'artisans (87% des entreprises ont moins de 10 salariés), principalement regroupés dans la zone d'activité CENORD.

A noter que 80% des emplois basés à Bourg en Bresse sont dans le secteur tertiaire (environ 26 000 emplois).

Ce dynamisme se traduit par des projets attractifs autour du pôle Alimentec, des programmes visant à adapter l'offre de locaux équipés pour répondre aux activités nouvelles (plateaux modulables, télécommunication, services partagés ...).

L'agriculture est présente aux portes de la ville et subit une forte pression foncière.

Plusieurs pôles commerciaux quadrillent la ville, Centre Commercial de Brou-Carrefour, Cap Emeraude, Centre commercial de la Chambière et au Nord et à Viriat, le Centre Commercial de la Neuve, en limite de la zone d'activités Cenord.

☞ **Le commerce de centre-ville est très développé avec un secteur piétonnier attractif où se concentrent la plupart des magasins de détail (habillement, culture, équipements) et des bars et restaurants. Le pôle commercial du Carré Amiot, récemment inauguré, va renforcer cette polarité.**

Ce dynamisme commercial et culturel attire naturellement les annonceurs publicitaires.

II-3. Contexte urbain, culturel et paysager. Organisation générale.

✧ *La composition urbaine.*

La ville de Bourg en Bresse s'est développée de façon radio-concentrique à partir du centre historique, en trois cercles :

- Hypercentre patrimonial à forte identité historique, très animé,
- Centre-ville élargi suffisamment proche pour un accès mode doux aux centralités et équipements majeurs,
- Une troisième couronne à caractère suburbain, ville/campagne, à dominante pavillonnaire.

✧ *Patrimoine bâti et monuments historiques.*

La ville compte 4 sites inscrits (terrains à proximité de l'abbaye de Brou, place du Bastion et façades rue Bourgmayer).

Neuf monuments sont classés monuments historiques dont notamment le monastère royal de Brou, l'église Notre Dame ou la chapelle du Lycée Lalande. Ces monuments bénéficient d'une servitude de protection qui impose le respect des cônes de visibilité. Cette servitude sera respectée pour les implantations d'emplacements publicitaires.

La majorité des seize monuments historiques partiellement inscrits sont regroupés en centre-ville. L'Hôtel Dieu et le château de Pennessuy sont excentrés.

✧ *La vie culturelle.*

La vie culturelle de Bourg en Bresse est riche et animée. La ville possède deux salles de spectacles, La Tannerie et l'EKINOX, et un multiplexe de cinéma, l'Amphi. De nombreux événements festifs et liés à l'économie (foires, expositions, salons professionnels) sont organisés dans le vaste complexe AINTEREXPO.

✧ *Le patrimoine naturel.*

L'environnement est un atout pour Bourg en Bresse. La ville offre à sa population le vaste parc naturel de Bouvent (56 ha) qui comprend un lac de 21 ha, un golf et diverses activités de plein air.

Au sud et à l'Est, les forêts domaniales de Seillon et de Bouvent constituent le poumon vert de la ville qui comprend également de nombreux squares et espaces verts. Ils présentent un intérêt majeur sur le plan écologique et en tant qu'éléments du cadre de vie.

☞ **Ces grands espaces naturels, peu ou pas aménagés, sont situés en majorité en milieu non aggloméré où la publicité est interdite par le Code de l'Environnement.**

Les espaces verts situés dans l'agglomération seront préservés des implantations publicitaires.

✧ *Le contexte territorial.*

Placée au cœur d'un nœud de communications important, la ville bénéficie d'une position privilégiée. Par TGV, Bourg en Bresse est à deux heures environ de Paris et 45 mn de Genève.

Les liaisons TER lui permettent une excellente connexion avec les principales villes voisines et l'agglomération lyonnaise.

Bourg en Bresse est limitée par les communes suivantes :

- Au Nord, Viriat,
- A l'Est, Jasseron, Saint-Just et Montagnat,
- Au Sud, Péronnas,
- A l'ouest, Saint-Denis-lès-Bourg.

Ces communes ont également engagé la révision de leur RLP.

III – PRESENTATION DU DOSSIER

III-1. Généralités.

III-1.1. Objet du dossier.

✧ *Généralités.*

L'objet de cette enquête publique consiste à atteindre, à travers les dispositions du nouveau RLP, l'objectif d'une réduction significative de l'impact de l'affichage publicitaire sur l'environnement de la ville et la promotion d'une certaine sobriété énergétique au niveau des enseignes lumineuses.

L'ensemble des règles relatives aux dispositions en matière de publicité sont codifiées aux articles L.581-1 et suivants du Code de l'Environnement, suivant les dispositions de la loi ENE du 12 juillet 2010, qui dispose par ailleurs que les RLP adoptés antérieurement à sa promulgation soient révisés dans un délai de 10 ans.

Les décrets d'application de la loi ENE sont codifiés aux articles R.581-1 et suivants du Code de l'Environnement.

✧ *Les dispositions du RLP actuel.*

Le Règlement de Publicité de la ville de Bourg en Bresse ayant été approuvé en 1998, il est caduc depuis le 14 juillet 2020. L'article 29 de la loi 2020-734 du 17 juin 2020 en a prolongé la validité jusqu'au 13 janvier 2021.

Les différentes prescriptions de ce RLP ne concernaient que la publicité et instituaient 2 zones de publicité restreinte :

① La ZPR 1 sur le centre-ville et ses abords où seule la publicité sur mobilier urbain était admise.

② La ZPR 2 sur le reste du territoire aggloméré avec les règles suivantes :

⇒ Surface limitée à 12 m².

⇒ Règles de densité pour les dispositifs au sol.

⇒ Publicité interdite < 150 m de certains ronds-points.

⇒ Règlementation sur l'ouverture maximale des panneaux en V.

⇒ Si litige entre deux sociétés pour l'enlèvement de panneaux, le contrat le plus ancien restera en place.

👉 **Jusqu'à l'entrée en vigueur du nouveau RLP, c'est le Règlement National de Publicité qui s'appliquera et la compétence en la matière sera transférée au Préfet. Ce pouvoir de police reviendra au maire après approbation du nouveau RLP.**

III-1.2. Procédures administratives.

↳ Décisions du Conseil Municipal.

- ⇒ Délibération n° 2019.12.02A du 16 décembre 2019 prescrivant la modification du RLP.
- ⇒ Délibération n° 2020.12.07 du 20 décembre 2021 : bilan de la concertation et arrêt du projet.

↳ L'enquête publique.

✧ AVANT :

- ⇒ Désignation du commissaire enquêteur par le tribunal Administratif de Lyon le 06/04/2022 n° E22 000040/69.
- ⇒ Arrêté n° 59725 en date du 5 avril 2022 du maire de Bourg en Bresse relatif à l'ouverture et l'organisation de l'enquête publique.
- ⇒ Insertion des annonces dans la presse locale (Le Progrès et La Voix de l'Ain) les 08 et 15/04/2022 et affichages sur les panneaux municipaux, mairies principale et annexe et site internet de la ville.

✧ PENDANT : Avis, observations et questions déposés :

- ⇒ Sur le registre d'enquête publique,
- ⇒ Par courrier adressé au commissaire enquêteur en mairie de Bourg en Bresse,
- ⇒ Par voie électronique à l'adresse mail myarda@bourgenbresse.fr
- ⇒ Pendant les permanences des 25/04/2022, 18/05/2022 et 25/05/2022.

✧ APRES :

- ⇒ Clôture du registre d'enquête publique et de la boîte mail à la fin de la dernière permanence (25/05/2022 à 17h).
- ⇒ Remise sous huitaine au maître d'ouvrage de la synthèse des observations.
- ⇒ Réponses du maître d'ouvrage sous quinzaine.
- ⇒ Remise sous 30 jours par le commissaire enquêteur du rapport d'enquête et des conclusions avec avis motivé. Le rapport et les conclusions avec avis sont consultables en mairie et sur le site internet de la ville www.bourgenbresse.fr

III-1.3. Les dispositions réglementaires.

C'est le Code de l'environnement qui fixe les règles en fonction des spécificités des territoires et définit les dispositifs concernés par la réglementation.

Dans son article L.581-2, le Code de l'Environnement énumère les catégories de dispositifs visées :

- La publicité,
- Les enseignes,
- Les pré-enseignes.

Le champ d'application.

Le Code de l'Environnement a fondé sur trois notions fondamentales la réglementation en matière de publicité, d'enseigne et pré-enseigne : l'agglomération, la population et l'unité urbaine.

- La publicité est interdite hors agglomération,
- Un régime particulier s'applique pour les agglomérations $\leq 10\,000$ habitants et $\geq 10\,000$ habitants.
- Si une agglomération de $\leq 10\,000$ habitants appartient à une unité urbaine de $\geq 10\,000$ habitants, c'est le régime des $\geq 10\,000$ habitants qui s'applique.


La population de référence est définie par l'INSEE.

La notion d'agglomération est définie par l'alinéa 1 de l'article R.110-2 du Code de la Route qui, par ailleurs, précise que les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire.

Commentaires : cette notion (les limites de l'agglomération) a été contestée par l'UPE dans des observations.

Les dispositions du Règlement National de Publicité.

Murale (mur aveugle ou comportant des ouvertures $< 0.50\text{m}^2$) Déclaration	Surface murale $< 12\text{ m}^2$ Dépassement des limites $< 0.25\text{m}$ Hauteur du mur $< 7.50\text{ m}$ Bas du dispositif $> 0.50\text{ m}$ du sol
Scellée au sol Déclaration	Surface $< 12\text{ m}^2$ Hauteur $< 6\text{m}$
Numérique Autorisation	Surface $< 8\text{ m}^2$ Hauteur $< 6\text{ m}$
Sur toiture Autorisation	Non lumineuse interdite Hauteur des lettres découpées cachant les fixations : $< 1/6^{\text{e}}$ de la hauteur du bâtiment limitée à 2 m si bâtiment $< 20\text{ m}$ $< 1/10^{\text{e}}$ de la hauteur du bâtiment limitée à 6 m si bâtiment $> 20\text{ m}$
Bâches Autorisation	Chantier : surface $< 50\%$ surface échafaudage Bâche publicitaire sur mur aveugle : interdistance $> 100\text{ m}$
Petit format Déclaration	Surface unitaire $< 1\text{m}^2$ Surface cumulée $< 1/10^{\text{e}}$ de la devanture commerciale $\leq 2\text{ m}^2$
Horaires d'extinction	De 1h à 6h, hors mobilier urbain
Mobilier urbain	Surface $< 12\text{ m}^2$

 **Rappel :** Jusqu'à l'approbation du RLP, la ville de Bourg en Bresse est soumise aux dispositions du RNP.

III.2. La révision du Règlement Local de Publicité.

III.2.1. Rappel des principales dispositions du RLP actuel.

Approuvé par arrêté du 21/12/1998, ce RLP instituait 2 zones de publicité, les ZPR 1 et 2 et ne concernait que la publicité.

La ZPR 1 couvrait le centre-ville où seule la publicité sur mobilier urbain était autorisée.

La ZPR 2 concernait le reste du territoire aggloméré.

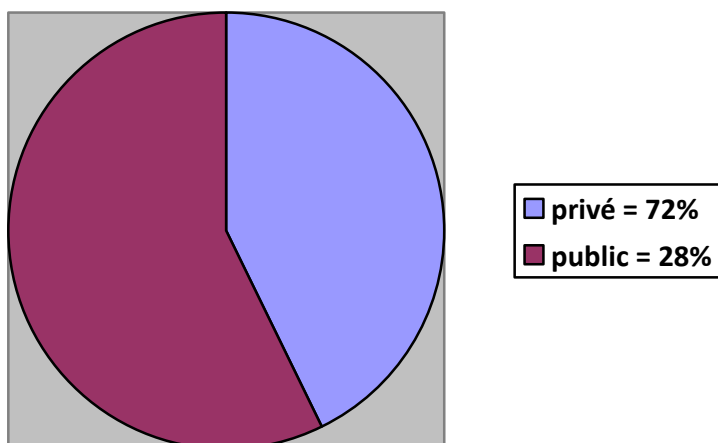
- Ce règlement protégeait le centre-ville de manière forte.
- En ZPR 2, l'impact visuel de la publicité scellée au sol sur propriétés privées est fortement diminué par la réduction de la concentration de ce type d'affichage.
- Les panneaux muraux sont soumis aux règles du RNP.

III.2.2. Le diagnostic.

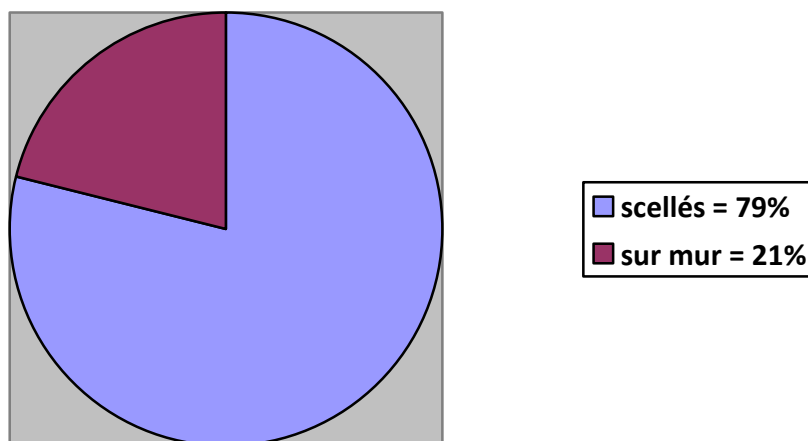
⇒ **Publicité** : L'ensemble du territoire de la commune a été parcouru et la totalité des dispositifs publicitaires, mobilier urbain inclus $\geq 1,50 \text{ m}^2$ a été recensé, cartographié et identifié (nature, adresse, photo, dimensions etc...).

⇒ **Enseignes** : Afin de permettre une meilleure intégration dans leur environnement, les enseignes ont fait l'objet d'un repérage détaillé et qualitatif.

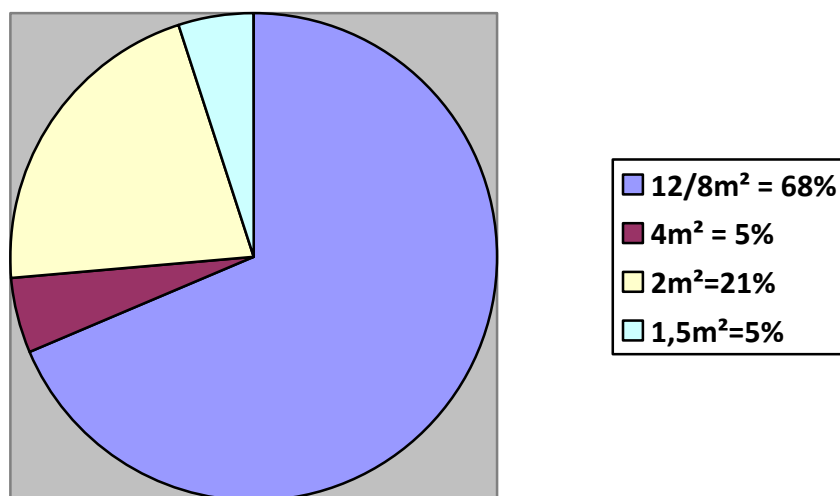
III.2.3. La publicité en chiffres.



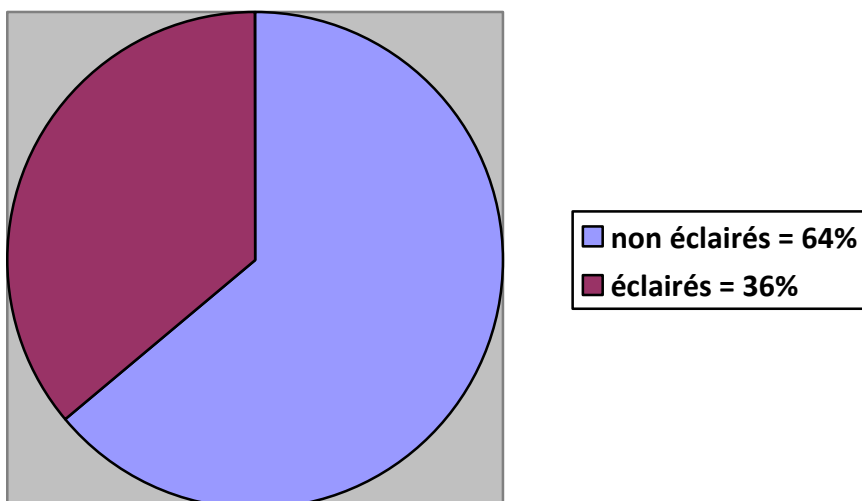
La commune compte 234 dispositifs publicitaires, répartis entre domaine privé et public.



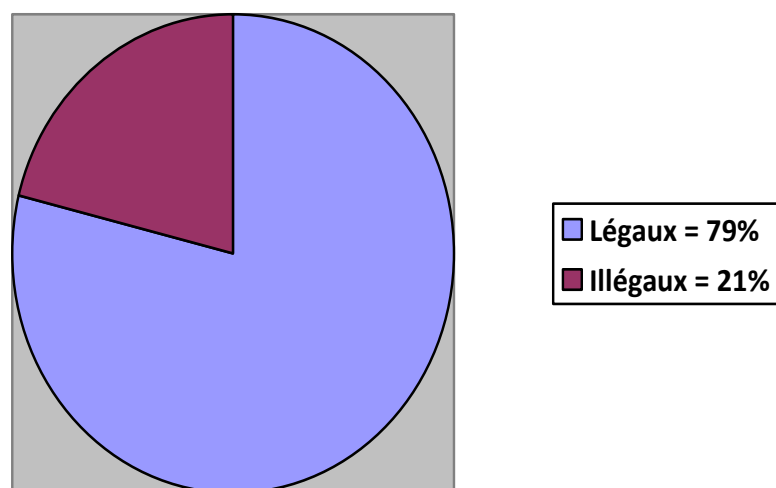
79% sont scellés au sol, 21% fixés sur mur.



Répartition par surface des 169 dispositifs muraux.



36% de ces dispositifs sont éclairés. 100% du mobilier urbain est éclairé.



Légalité des dispositifs au regard du RNP.

III.2.4. Les constats.

⇒ **Sur la publicité** : l'ensemble des dispositifs ont été recensés dans tous les secteurs et zones du territoire (hors agglomération, patrimoine naturel et bâti, réseau viaire/entrées de ville/points de vue, zones d'activités et commerciales, quartiers résidentiels). Ce recensement a donné lieu à un repérage abondamment illustré des infractions et des dysfonctionnements.

SYNTHESE DES CONSTATS.

- ⇒ La réglementation est globalement bien respectée, le RLP en vigueur jusqu'au 13/01/2021 a eu un effet protecteur notamment sur l'affichage en linéaire de façade.
- ⇒ Les annonceurs ont largement utilisé les possibilités offertes sur les grands axes en entrées de ville.
- ⇒ 20% des panneaux sont en infraction avec le RNP.
- ⇒ La publicité numérique est absente du territoire.
- ⇒ Modernisation à prévoir pour de nombreux matériels.

⇒ **Sur les enseignes** : une démarche identique à la publicité a été menée, conduisant aux mêmes constats.

SYNTHESE DES CONSTATS.

- ⇒ Respect de l'architecture en secteurs patrimoniaux/aucun excès constaté dans les autres secteurs.
- ⇒ Implantation de certaines enseignes perpendiculaires à améliorer.
- ⇒ Quelques enseignes scellées au sol ne respectent pas la hauteur légale.
- ⇒ Impact très important de l'unique enseigne numérique.

III.2.5. Les objectifs de la révision du Règlement Local de Publicité.

Le conseil municipal de Bourg en Bresse a décidé la prescription de la révision de son RLP le 16 décembre 2019 en définissant les objectifs suivants :

- Préserver une image attractive de la commune grâce à une réduction significative de l'affichage publicitaire,
- Protéger le cadre de vie grâce à une diminution importante de la pollution visuelle,
- Limiter la consommation énergétique liée à l'affichage publicitaire.

L'arrêt du projet et le bilan de la concertation ont été approuvés le 20 décembre 2021.

III.2.6. Le bilan de la concertation.

Tout au long de l'élaboration du projet de RLP et jusqu'à son arrêt, l'accès à l'information a permis au public et aux professionnels de faire part de leur avis et de formuler des observations.

Les modalités de la concertation ont été les suivantes :

- ⇒ Deux réunions avec les professionnels (annonceurs publicitaires).
- ⇒ Une réunion publique (habitants/commerçants).
- ⇒ Une réunion avec les PPA et France Nature Environnement.
- ⇒ Une réunion avec l'ABF le 10 novembre 2021, pour étudier l'articulation du nouveau RLP avec le futur Site Patrimonial Remarquable en cours d'étude.
- ⇒ Un registre mis à disposition du public pour recueillir les observations durant la procédure d'élaboration du RLP.
- ⇒ Une communication dans la presse locale.
- ⇒ Une communication sur le site internet de la commune.

Les réunions avec les professionnels, les commerçants, le public et les PPA se sont succédées le 18 octobre 2021 à l'hôtel particulier Marron de Meillonas, propriété de la ville de Bourg en Bresse. Une réunion supplémentaire avec les annonceurs s'est déroulée au même endroit le 23 novembre 2021.

D'après la mairie de Bourg en Bresse, « ces réunions ont donné lieu à des échanges et des retours intéressants.

Si la concertation a été fructueuse et constructive avec les services de l'Etat, les commerçants et les professionnels, le faible intérêt manifesté par la population est à regretter ».

Commentaires : la ville de Bourg en Bresse est allée au-delà de ses obligations en organisant de multiples réunions d'information en direction des annonceurs professionnels. La réunion avec l'ABF a démontré que le nouveau RLP était compatible avec le futur Site Patrimonial Remarquable.

III.2.7. Les enjeux du Règlement Local de Publicité.

Le patrimoine naturel.

Le Règlement National de Publicité interdit toute publicité dans espaces naturels en milieu non aggloméré.

Le Règlement Local de Publicité s'attachera à préserver des implantations publicitaires les espaces naturels en milieu aggloméré.

Le patrimoine bâti (monuments historiques et sites inscrits).

La préservation et la mise en valeur des éléments du patrimoine architectural et urbain exige une réglementation adaptée et soucieuse d'une bonne insertion des enseignes dans le bâti.

La réintroduction de la publicité dans certains de ces secteurs doit se faire de manière mesurée.

Le réseau viaire, entrées de ville et points de vue.

Bourg en Bresse est desservie par un réseau de six principales voies de déplacement qui constituent les pénétrantes d'entrée de ville.

La ville se caractérise par une forte imbrication avec les communes limitrophes que sont Viriat, Péronnas et Saint-Denis-lès-Bourg.

De fait, trois de ces entrées de villes se situent sur les communes de Péronnas (route de Lyon au Sud-Ouest), Saint-Denis-lès-Bourg (avenue du Mail à l'Ouest) et Viriat (route de Mâcon et avenue Edouard Herriot au Nord).

Commentaires : page 21. *De nombreuses erreurs matérielles et confusions émaillent ce paragraphe de présentation : ce n'est pas une étoile à 5 branches que représente l'illustration du réseau viaire mais une étoile à 6 branches (ce nombre est repris dans le paragraphe suivant). En fait, il y a une branche supplémentaire à cette étoile puisque la liste des voies d'entrée de ville indique sur le même item la route de Mâcon et le boulevard Edouard Herriot. En réalité, ces voiries sont le prolongement au Nord de la route de Paris et se séparent au niveau du rond-point de la Chambière pour former d'une part la route de Mâcon vers la zone commerciale de la Chambière, et d'autre part le Boulevard Edouard Herriot qui se prolongera par le boulevard André Lévrier puis Joliot-Curie au niveau du Champ de foire. Ces points seront à revoir.*

Le PLU a repéré six points de vue remarquables, quatre en entrée de ville et deux à proximité du centre ville.

Ces axes représentent une cible privilégiée pour les annonceurs et représentent donc un enjeu majeur en matière de publicité extérieure.

Commentaires : page 23. *Les points de vue repérés au PLU auraient mérité d'être nommés et situés sur la carte. La rédaction de la phrase relative à l'importance de l'enjeu est confuse : le rédacteur a certainement voulu dire que l'enjeu est important pour le règlement de la publicité, notamment « la publicité extérieure ».*

Les zones d'activités ou commerciales.

Le territoire de Bourg en Bresse accueille six zones d'activité et/ou commerciales.

Trois d'entre elles sont exclusivement consacrées à l'activité : Cénord, Parc Industriel Paul Berliet et Parc d'activités des Arbelles.

La zone Norelan/Cap Emeraude accueille des commerces et de l'activité.

La zone Carrefour/Brou est exclusivement consacrée au commerce.

Les zones commerciales et d'activités sont propices à la prolifération de la publicité qui devra donc être maîtrisée afin d'en limiter l'impact et améliorer sa lisibilité.

Commentaires : *Erreurs matérielles à corriger page 23 : l'orthographe du parc d'Activités des Arbelles est à corriger (il ne s'agit pas du parc des Abeilles). Mentionner Cap Emeraude dans la légende de la zone Norélan. Le centre Leclerc n'est plus dans la zone Carrefour/Brou mais à Cap Emeraude.*

Les quartiers résidentiels.

Les quartiers résidentiels sont à dominante pavillonnaire. Ils se situent en périphérie immédiate des secteurs agglomérés du centre ville.

Ces secteurs admettent peu de présence publicitaire afin de préserver l'environnement de ces secteurs.

L'enjeu réside également dans la possibilité de laissera aux établissements commerciaux la possibilité de s'exprimer.

Commentaires : la publicité numérique en vitrine représente une possibilité d'expression relativement peu invasive.

III.2.8. Les orientations.

Les orientations du nouveau Règlement Local de Publicité, publicité et enseignes, sont le fruit de l'étude des enjeux et de l'analyse des règlements en vigueur (RNP, Code de l'Environnement) et des constats.

La Publicité.

- ⇒ Organiser et maîtriser la publicité aux entrées de ville et dans les points de vue.
 - Ce point est essentiel car il concerne les secteurs de première perception du territoire.

- ⇒ Limiter la densité.
 - Renforcement du RNP par des règles de densité.

- ⇒ Réduire et harmoniser la surfacer des dispositifs.
 - Adaptation de la surface des dispositifs au milieu environnant pour une meilleure intégration.
 - Harmonisation du format 4m² sur propriété privée, adopté dans les communes limitrophes.

- ⇒ Accepter raisonnablement la publicité sur mobilier urbain, notamment dans les sites protégés.
 - Au service des usagers de l'espace public, le mobilier urbain de doit pas porter atteinte aux secteurs protégés au titre du Code de l'Environnement.

- ⇒ Identifier les secteurs pouvant accueillir ou non la publicité numérique.
 - En raison de son fort impact lumineux sur le cadre de vie, ce type de publicité ne peut être accepté partout.

- ⇒ Fixer des horaires d'extinction de la publicité lumineuse.
 - Réduction de la facture énergétique et lutte contre la pollution lumineuse sont deux impératifs justifiant d'imposer une plage horaire plus étendue que la règle nationale.

Les enseignes.

- ⇒ Poursuivre les efforts de respect de l'architecture.
 - La qualité des enseignes (disposition, densité et dimensions mesurées) contribue à la mise en valeur de l'architecture et des commerces.
- ⇒ Adapter la localisation et les dimensions des enseignes numériques aux lieux où elles seraient autorisées.
 - Le RNP ne règlemente pas les enseignes numériques. Le RLP en limitera les lieux d'installation et les dimensions.
- ⇒ Fixer les horaires d'extinction.
 - Dans un souci d'harmonisation, les mêmes règles que pour la publicité seront appliquées aux enseignes.

III-3. EXPLICATION DES CHOIX RETENUS.

III.3.1. LE ZONAGE.

Deux zonages distincts ont été créés pour cibler les attentes en matière de publicité et d'enseignes.

1 La publicité.

Cinq secteurs à enjeux ont été identifiés :

Zone 1 : secteurs à haute qualité environnementale (EBC, zones N du PLU en agglomération).

Zone 2 : le Site Patrimonial Remarquable (en cours d'études) du centre ville et une extension à l'intérieur des boulevards. Présence de monuments historiques et qualité architecturale => forte protection.

Zone 3 : les entrées de ville sont le premier contact entre le visiteur et la cité, d'où l'importance de prémunir ces secteurs contre la profusion et les grandes dimensions de l'affichage publicitaire. Les cônes de vue sont intégrés à cette zone pour dégager les perspectives sur la ville.

Zone 4 : regroupe les grands axes, à partir de 30m de l'axe de la voie, et les zones d'activités et commerciales ⇒ cette zone est propice à la publicité dans ses plus grandes dimensions.

Zone 5 : reliquat du territoire aggloméré hors autres zones dont le tissu essentiellement résidentiel justifie une large protection.

***Commentaires** : le document de présentation, p.75, présente la publicité en zone 5 de façon contestable en prétendant protéger les secteurs résidentiels des « excès » de la publicité. Le règlement devrait s'en tenir à **des mesures motivées de limitation de la présence publicitaire**, sans pour autant qualifier de quelque manière la teneur de l'affichage publicitaire. Par ailleurs, il est difficile de comprendre si « l'excès » est dans le contenu ou la profusion ?*

2 Les enseignes.

Afin de traiter de façon égale les acteurs économiques, il n'y aura pas de zonage pour les enseignes. La réglementation s'appliquera sur l'ensemble du territoire communal.

SYNTHESE DES CHOIX DU ZONAGE.

Les grands enjeux du territoire communal ont été bien identifiés. Les choix opérés dans le découpage des zones est pertinent et contribuera à répartir harmonieusement l'affichage publicitaire sans dommages pour l'activité économique et commerciale, tout en préservant la qualité du cadre de vie.

III.3.2. LA PARTIE REGLEMENTAIRE.

La Publicité.

Les dispositions générales du RLP répondent aux enjeux définis lors de son élaboration :

- Respect du patrimoine bâti et naturel,
- Traitement des entrées de ville et des points de vue,
- Maîtrise de l'affichage publicitaire dans les zones commerciales et d'activité sans impact négatif sur l'activité économique,
- Protection des quartiers résidentiels.

Un traitement particulier a été appliqué au domaine ferroviaire dont la structure foncière est spécifique.

Zone 1 :

- Interdiction de toute forme de publicité.

Zone 2 :

Publicité interdite sur propriété privée.

- Chevalet admis dans la limite d'un seul par établissement/positionnement au droit de l'établissement/respect des normes d'accessibilité.
- Publicité admise sur mobilier urbain soumise à autorisation de la collectivité.
- Surface limitée à 2 m² (cf. art. R 581-47 du CE).
- Publicité numérique autorisée sur mobilier urbain limitée à 2 m².
- Surface de la publicité numérique limitée à 2 m², mobilier urbain et enseignes.
- Publicité de petit format interdite en SPR mais admise sur le reste de la zone.
- Publicité sur bâche autorisée conformément au RNP.

Zone 3 :

- Publicité petit format conforme au RNP (CAA Bordeaux du 26/04/2021).

Zone 4 :

- Implantation de la publicité admise sous conditions.
- Surface $\leq 10,50 \text{ m}^2$.
- 1 dispositif, mural ou scellé au sol, par unité foncière.
- Surface sur mobilier urbain $\leq 8 \text{ m}^2$.
- Règles d'harmonisation pour les dispositifs scellés au sol.
- Surface $\leq 2 \text{ m}^2$ pour la publicité numérique.

Zone 5 :

- Publicité admise sur mur au scellée au sol.
- Surface $\leq 4 \text{ m}^2$ en cohérence avec les communes de l'unité urbaine.
- Publicité autorisée sur mobilier urbain, surface $\leq 8 \text{ m}^2$.
- Publicité numérique $\leq 2 \text{ m}^2$.
- Publicité sur bâche interdite.

SYNTHESE SUR LA PARTIE REGLEMENTAIRE.

Les dispositions réglementaires répondent à l'ensemble des enjeux repérés dans l'étude du RLP de Bourg en Bresse, déclinés dans les orientations du futur Règlement Local de Publicité.

Les objectifs de la révision visent à :

- ➊ Préserver l'attractivité de l'image de la commune en réduisant significativement l'affichage publicitaire,
- ➋ Protéger le cadre de vie par une diminution importante de la pollution visuelle,
- ➌ Limiter la consommation énergétique liée à l'affichage publicitaire.

Un zonage précis a été mis en place, répondant aux critères définis par la commune en matière de publicité et d'enseignes. Deux zonages distincts (publicité et enseignes) ont été créés avec une réglementation adaptée pour chacun d'entre eux.

L'ensemble des dispositions réglementaires contenues dans le nouveau RLP permettront d'atteindre les objectifs que s'est fixée la commune de Bourg en Bresse.

Commentaires : les objectifs 1 et 2 poursuivent le même but, l'image de la commune et le cadre de vie recouvrant à peu près le même domaine.

Le point 3, limiter la consommation énergétique liée à l'affichage publicitaire, est positif sur le plan de la lutte contre la pollution lumineuse. Cependant, l'argument de la réduction de la facture énergétique, l'électricité en l'occurrence, peut être réfuté par la généralisation du recours aux Leds, plus sobres. La protection du cadre de vie (agressivité de l'affichage lumineux) et la lutte contre la pollution lumineuse devraient de préférence être mises en avant.

DEUXIEME PARTIE

AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES ET ANALYSE.

Les Personnes Publiques Associées consultées pour la Révision du Règlement Local de Publicité sont les suivantes :

Le CDNPS, la Préfecture de l'Ain, le Conseil Départemental de l'AIN, la Chambre d'Agriculture, La Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre des Métiers, la Direction Départementale des Territoires, l'Architecte des Bâtiments de France, Grand Bourg Agglomération, le Conseil Régional AURA, France Nature Environnement, les communes de Saint-Denis-lès-Bourg, Viriat, Jasseron, Saint Just, Péronnas.

Ont répondu :

- La Chambre d'Agriculture : avis favorable.
- Le Conseil Départemental : avis favorable.
- Le CDNPS : avis favorable avec observations.

Les observations de ces PPA figurent en annexe du rapport.

Les autres PPA n'ayant pas répondu, leur avis est réputé favorable.

⇒ A noter que la Direction Départementale des Territoires a formulé des observations au cours de la réunion du CDNPS.

Observations du CDNPS.

Le zonage.

- Le site Patrimonial Remarquable n'est pas identifié, les points vert et rouge non repris dans la légende.
- Alternance des zones 3 et 4 sur un même axe de circulation (Bld de Brou, avenue Mercier, avenue des Sports, boulevards circulaires).

Le règlement.

- Demande de préciser dans l'article **P.B.** les dispositions de l'article R.581-27-1 du CE concernant la hauteur de pose minimale de la publicité murale.
- Fait observer que les horaires d'extinction auraient pu être plus limitatifs et différenciés par activité.

***Commentaires :** en date du 30 mars 2022, la commune a répondu que le périmètre du SPR était en cours de stabilisation. Ce périmètre n'a pas été inclus dans le document du RLP soumis à l'enquête publique mais il a été constaté, lors de la réunion du 10/11/2021 avec l'ABF, que le projet de SPR sera compatible avec le futur RLP. **Quelle est la robustesse juridique de cet argument ?**
Sur les alternances de zones, le zonage proposé est cohérent.*

TROISIEME PARTIE

RECUEIL DES QUESTIONS POSEES.

Deux personnes se sont présentées lors des trois permanences qui ont été tenues.

25/04/2022 - Permanence n°1 : aucune visite.

18/05/2022 - Permanence n°2 : 1 personne.

25/05/2022 - Permanence n°3 : 1 personne.

I – Observations et questions déposées pendant l'enquête publique.

I-1. Sur le registre d'enquête publique déposé en mairie de BOURG EN BRESSE :

✧ Une observation.

Cette observation a été formulée oralement puis par écrit, par Monsieur Gérard Laujorrois lors de sa visite à la deuxième permanence. Monsieur Laujorrois habite à proximité du magasin Decathlon implanté au droit de l'avenue des Belges et du boulevard Joliot-Curie et se plaint des nuisances engendrées par les enseignes de façade (taille, pollution lumineuse).

I-2. Par courrier ou voie électronique :

✧ Deux observations par mail.

Deux observations ont été déposées le 20 mai 2022 par la société JCDecaux France et l'Union de la Publicité Extérieure, sur la boîte mail dédiée ouverte par la mairie de Bourg en Bresse.

Ces observations traitent de l'ensemble des aspects règlementaires du RLP, avec un focus sur le mobilier urbain de la part de la Sté JCDecaux France, dont c'est le domaine de prédilection. L'UPE a procédé à une étude détaillée du futur RLP.

JCDECAUX France.

La Sté JCDecaux France rappelle quelques points de « vigilance » sur les futures règles relatives à la publicité sur le mobilier urbain, cœur de métier de cette entreprise, et également l'affichage « grand format », dans les transports et les vélos en libre-service.

Parmi ces rappels au règlement, la Sté JCDecaux France met en avant l'autorité de la collectivité sur les autorisations d'implantation des mobiliers urbains susceptibles de recevoir de la publicité.

Le futur RLP de la ville de Bourg en Bresse affectera l'activité publicitaire dans les transports par les dispositions touchant l'affichage publicitaire sur le domaine ferroviaire.

La Sté JCDecaux France juge par ailleurs les nouvelles dimensions inadaptées aux standards du mobilier urbain, notamment les colonnes d'affichage culturel, type colonne Morris.

Ces mesures compromettent le développement et le maintien des mobiliers urbains d'information « grand format » et sur mât.

La Sté JCDecaux France insiste sur l'aspect commercial et/ou institutionnel de l'affichage sur mobilier urbain.

 La Sté JCDecaux France propose de limiter la règle des 2 m² au seul mobilier urbain.

 L'Union pour la Publicité Extérieure.

L'UPE a produit un document de 43 pages dont 17 sont consacrées à présenter cet organisme, à la fois syndicat des opérateurs publicitaires et lobbyiste de la profession.

L'UPE a fait des observations et des propositions sur les points suivants :

 *Généralités.*

⇒ Pas d'étude d'impact économique et social qui aurait permis d'évaluer les conséquences des mesures proposés et éclairer sur des choix « plus pertinents ».

⇒ Impacts sur la publicité grand format avec une prévision de perte sèche de 70% du parc sur domaine privé, une baisse d'audience de 80% et un possible report vers d'autres supports.

 *Publicité.*

⇒ Article P.F. Demande de suppression des mesures relatives aux horaires d'extinction en raison d'une rédaction floue présentant un risque juridique.

⇒ Article P.H. Domaine ferroviaire en gare et parvis visibles de la voie publique :

Proposition :

- Création d'une règle d'interdistance disposant qu'aucune distance n'est imposée entre deux dispositifs séparés par une voie routière ou ferrée.
- Maintien des dispositifs doubles.
- Suppression pied unique sans plus-value environnementale et générateur de surcoûts.
- Autorisation des dispositifs format 2 m².

⇒ Publicité murale. Article P.2.4. Illisibilité du format 4 m², perte d'intérêt économique pour ce média au profit d'autres supports, abandon des emplacements existants et risque d'affichage sauvage.

Proposition :

- limite de la surface à 8 m², autorisation du format 8/10.50 m² (encadrement compris) dans la limite de 1 dispositif par mur.

⇒ Article P.2.5 et P.4.5. Proposition :

- Non cumul des longueurs/prise en compte du côté le plus long pour la publicité scellée au sol, hors mobilier urbain :
- Abandon de cette condition et autorisation du cumul des longueurs.
- Retrait des dispositions relatives à l'implantation des dispositifs publicitaires perpendiculairement à la voie les bordant, contraires à l'esthétique et à l'optimisation de leur potentiel économique. Une implantation parallèle ou perpendiculaire en améliorerait l'intégration paysagère.

⇒ Zonage. Article P.4.3. Densité (réglementation de l'affichage sur linéaire de façades +/- 40m). Ce type d'affichage tendant à disparaître, la notion de linéaire minimum doit être retirée.

⇒ Article P.4.7. Proposition :

- Suppression des dispositions interdisant la publicité numérique sur une largeur de 30m par rapport à l'axe des voies. Conjuguée à la limitation de la surface à 2m², cette règle conduit à interdire de façon détournée ce type de publicité (visibilité nulle).
- Retrait des dispositions relatives à la publicité en vitrine et à la règle des 200 m de distance. Risque juridique vis à vis de l'article L.581-14-4 du CE.

⇒ Article P.4.8. Proposition :

- Retirer du RLP les dispositions concernant la publicité sur bâches, la limitant aux bâches de chantier et soumettre ce type de support au RNP, laissant au maire le pouvoir de contrôle sur chaque autorisation.

✧ *Enseignes.*

⇒ Enseignes numériques. Article E.G. Proposition :

- limiter à 2 m² la surface des enseignes numériques en vitrine ou baie. Le format 1 m² est préjudiciable à la diffusion indifférenciée de publicité ou d'informations.

✧ *Observations complémentaires.*

⇒ Article P.I. Proposition :

- Suppression de cette disposition relative aux panneaux illégaux.

✧ *Lexique.*

⇒ Agglomération (définition). Proposition :

- Retrait de cette définition (cf. art. R.110-2 du Code de la Route et jurisprudence constante).

⇒ Clôture aveugle. Observation :

- Rappel de la définition de l'adjectif « Ajouré ». Demande de modifier l'article en ce sens.

II- Questions et observations recueillies pendant les permanences.

Première permanence du 25 avril 2022.

Aucune visite.

Deuxième permanence du 18 mai 2022.

Une visite.

✧ *Deuxième permanence* : Monsieur Gérard Laujorrois expose les nuisances dont il est victime de la part du nouveau magasin Decathlon implanté dans le voisinage de sa résidence. Je l'ai invité à formuler ces observations par écrit sur le registre d'enquête publique.

Troisième permanence du 25 mai 2022.

Une visite.

✧ *Troisième permanence* : Monsieur Philippe Landrieu, Directeur Régional du Patrimoine de JCDecaux France est venu me rencontrer pour faire le point sur l'enquête et rappeler les intérêts de sa société en matière de publicité sur le mobilier urbain et accessoirement l'affichage mural (Avenir Publicité, spécialiste de l'affichage mural, est une filiale de JCDecaux France). L'ensemble de ses observations figurent dans le mail déposé le 20 mai 2022.

III. Questions et observations du commissaire enquêteur.

III-1. Observations générales.

⇒ *Plan de zonage du RLP : Les points vert et rouge désignant les dispositifs sur emplacements privés, licites (vert) illicites (rouge) doivent être retirés de ce plan de zonage, conformément aux engagements pris lors de la réunion de la CDNPS du 30 mars 2022.*

⇒ *En complément de l'observation de Monsieur Laujorrois formulée à la permanence du 18/05/2022 sur l'impact visuel de l'enseigne du magasin Decathlon ouvert fin 2021 boulevard Joliot-Curie/Avenue des Belges, le RLP de 1998 imposait-il des contraintes en matière de qualité de façades et d'intégration à l'environnement urbain ?*

⇒ *La révision du RLP ayant été décidée le 16/12/2019, le projet Decathlon a-t-il soumis aux chartes et documents du projet de RLP ?*

Fera-t-il l'objet d'une évaluation d'impact après l'approbation du RLP ?

⇒ *Le Site Patrimonial Remarquable devant être arrêté après l'approbation du RLP, existe-t-il un risque juridique en cas de mesures particulières dans les secteurs inclus dans ce périmètre.*

⇒ P. 75 : le document de présentation présente la publicité en zone 5 de façon contestable en prétendant protéger les secteurs résidentiels des « excès » de la publicité. Le règlement devrait s'en tenir à **des mesures motivées de limitation de la présence publicitaire**, sans pour autant qualifier de quelque manière la teneur de l'affichage publicitaire. Par ailleurs, il est difficile de comprendre si « l'excès » est dans le contenu ou la profusion ?

III-2. Observations sur les points réglementaires.

Article P.4.5. Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol autre que celle supportée par le mobilier urbain.

⇒ Le RLP devrait proposer des schémas de composition et d'implantation à même de guider les opérateurs publicitaires.

Article P.4.7. Publicité numérique. Publicité numérique interdite sur une largeur de 30m le long des axes y compris en zone d'activité ou commerciale. Interdite à l'intérieur des vitrines. Respect d'une distance minimale de 200m entre deux faces numériques en covisibilité.

⇒ Est-ce que le calcul de la largeur de 30 mètres le long des axes reprend la définition de la zone 4, p.75 du document de présentation ? Si c'est le cas, compléter l'article P.4.7 dans ce sens.

⇒ Les contraintes imposées par les dispositions de cet article visent à rendre inutile l'utilisation de ce type de publicité et devront être motivées. Des adaptations pourraient être apportées afin d'assouplir le règlement en zones commerciales et d'activités, là où la communication visuelle est importante pour le développement économique des entreprises tout en veillant à la préservation de la qualité environnementale et aux économies d'énergie.

Zone de publicité 3.

⇒ Quelles sont les prescriptions de la loi 2002-102 auxquelles le règlement doit-il se conformer ?

⇒ Pourquoi cette disposition ne s'applique t'elle pas à la zone de publicité 4 ?

⇒ Tableau page 33 : indiquer s'il s'agit bien de la surface murale qui doit être inférieure à 12m².

⇒ Préciser si la surface maxi de 2 m² concerne la surface par dispositifs ou pour l'ensemble des dispositifs pouvant être installés sur le mobilier urbain.

⇒ Spécifier et lister les mobiliers urbains éligibles à la publicité (culturels, abribus etc ...).

Règlement zone 5 :

⇒ Les panonceaux des entreprises est-il considéré comme publicitaire, de même les panneaux de permis de construire avec logos des fournisseurs de matériaux BTP ?

⇒ Expliquer le format $\leq 8m^2$ sur le mobilier urbain. S'agit-il de surfaces cumulées de plusieurs dispositifs ?

III-3. Observations sur les Enseignes.

Article E.G. enseignes numériques.

- ⇒ *Le format unique maximum de 1m² en vitrine gagnerait à être modulé en fonction de la taille de celle-ci (pourcentage de la surface de la vitrine), avec une taille et un nombre maximum à définir.*
- ⇒ *Cet article contredit l'article P.4.7 du Règlement qui interdit toute publicité numérique à l'intérieur des vitrines.*

III-4. Erreurs matérielles.

- ⇒ Les articles de réglementation de la zone de publicité 5 devraient être nomenclaturés **P. 5** au lieu de **P.2**.
- ⇒ P. 76 : la nomenclature alphabétique des dispositions générales (P.A et suivants) devra être corrigée : remplacer l'item **P.H.** par **P.F.** ou justifier.
- ⇒ *P.21 : de nombreuses erreurs matérielles et confusions émaillent ce paragraphe de présentation du dossier : ce n'est pas une étoile à 5 branches que représente l'illustration du réseau viaire mais une étoile à 6 branches (ce nombre est repris dans le paragraphe suivant). Mais en fait, il y aurait une branche supplémentaire à cette étoile puisque la liste des voies d'entrée de ville indique sur le même item la route de Mâcon et le boulevard Edouard Herriot. En réalité, ces voiries sont le prolongement au Nord de la route de Paris et se séparent au niveau du rond-point de la Chambière pour former d'une part la route de Mâcon vers la zone commerciale de la Chambière, et d'autre part le Boulevard Edouard Herriot qui se prolongera par le boulevard André Lévrier puis Joliot-Curie au niveau du Champ de foire. **Ces points seront à préciser.***
- ⇒ *Les points de vue repérés au PLU auraient mérité d'être nommés et situés sur la carte de la page 23 du dossier de présentation. La rédaction de la phrase relative à l'importance de l'enjeu est confuse : le rédacteur a certainement voulu dire que **l'enjeu est important pour le règlement de la publicité, notamment « la publicité extérieure ».***
- ⇒ *Page 23 : corriger l'orthographe du parc d'Activités des **Arbelles** (il ne s'agit pas du parc des **Abeilles**). Mentionner Cap Emeraude dans la légende de la zone Norélan. Le centre Leclerc n'est plus dans la zone Carrefour/Brou mais à Cap Emeraude.*

QUATRIEME PARTIE

REPONSES AUX QUESTIONS POSEES.

I- Réponses du commissaire enquêteur aux questions, observations et demandes déposées pendant les permanences.

↳ Monsieur Laujorrois s'est présenté à la deuxième permanence et a formulé des observations sur la taille des enseignes du nouveau magasin Decathlon cause de nombreuses nuisances visuelles pour le voisinage.

⇒ *Ce point a été soumis à la commune de Bourg en Bresse qui a la compétence et le pouvoir de police sur ce type d'équipements. La question a été posée de savoir si le projet du magasin a été soumis aux futures règles du RLP en révision.*

II- Réponses du commissaire enquêteur aux questions et observations posées par mail ou courrier.

L'UPE et la SAS JC Decaux France.

↳ Sur la disparition programmée de 70 % de l'activité publicitaire et d'une baisse d'audience de 80% consécutives aux mesures du nouveau RLP :

⇒ *L'UPE émet une comparaison "hasardeuse" avec la télévision où ce type de mesure supprimerait la moitié de l'audience.*

↳ Sur le retrait des dispositions visant à limiter l'implantation de la publicité sur les quais de gare visibles de la voie publique :

⇒ *L'adoption de cette proposition conduirait à l'implantation de dispositifs le long de chaque voie ferrée visible depuis la voie publique. De plus, la notion de dispositifs « entrecoupés » est floue. L'adoption de cette disposition conduirait à l'implantation de panneaux publicitaires le long de chaque quai, visibles depuis la voie publique.*

Sur l'obligation du monopied, l'appréciation de la plus-value environnementale au regard des coûts engendrés est assez malvenue.

↳ Demande de modification des prescriptions d'implantation des dispositifs publicitaires parallèlement ou perpendiculairement aux voies :

⇒ *Le projet d'implantation proposé sur le schéma, p.31 du document de l'UPE, met en avant une disposition peu esthétique et pouvant gêner la visibilité.*

↳ Sur l'interdiction de la publicité numérique sur une largeur de 30 m à l'axe des voiries conjuguée à la limitation de la surface à 2 m² entraînant une visibilité nulle et conduisant de facto à une interdiction déguisée de ce type de communication.

⇒ *Cette objection est fondée. Les contraintes imposées par ces dispositions méritent d'être motivées.*

↳ Les enseignes numériques : la limitation de la surface à 1 m² est jugée préjudiciable à l'utilisation (et à l'efficacité de la communication). Proposition de limiter la surface à 2 m² en vitrines et baies.

⇒ *Cette proposition pourrait être complétée d'une disposition imposant un format proportionnel à la dimension de la vitrine ou de la baie, comme pour les enseignes de façade avec un maximum çà définir (nombre et dimensions).*

III - Mémoire en réponse de la ville de Bourg en Bresse.

CINQUIEME PARTIE

PIECES JOINTES

- Délibération du conseil municipal du 16/12/2021 prescrivant la révision du RLP.
- Délibération du conseil municipal du 20/12/2021 bilan de la concertation et arrêt du projet de RLP.
- Arrêté du maire du 05/04/2022.
- Avis des Personnes Publiques Associées.
- Observations recueillies pendant l'enquête publique.
- Lettre de remise de la synthèse des observations.
- Synthèse des observations.