

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi) BILAN DE LA CONCERTATION

RLPi Grand Chambéry
Conseil communautaire du 26 janvier 2023

SOMMAIRE

A. Vers une plus-value des Paysages : Le contexte du RLPi	3
B. La concertation dans le cadre de l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal.....	4
L'obligation de concertation dans le cadre de l'élaboration d'un règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi).....	4
L'obligation de concertation dans le cadre de l'élaboration du règlement Local de Publicité intercommunal de Grand Chambéry.....	5
C. La mise en œuvre des actions de concertation	6
Publications par le biais du site internet de la commune	6
Un dossier rassemblant les pièces nécessaires à la compréhension du RLPi	9
Des articles d'information	9
Un registre numérique d'expression.....	11
Registres à disposition du public.....	13
Par courrier Le public a eu la possibilité d'envoyer ses observations par courrier à l'attention du Président de Grand Chambéry par voie postale à :	14
D. Tenue de réunions publiques et de travail	15
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 :	15
Des animations d'ateliers avec les acteurs locaux	18
E. Synthèse des avis, remarques et contributions au regard du RLPi	18
Analyse quantitative générale.....	18
Détail des contributions selon les modes d'expression	18
Principaux thèmes et contributions	19
Synthèse qualitative des avis et contributions.....	19
E. Bilan de la concertation	30
Un sujet de concertation approprié par des publics intéressés et avertis.....	30
Des échanges riches et diversifiés.....	30
Synthèse des thèmes abordés.....	31
Les publics ont répondu présent dans le cadre de la démarche de concertation. Néanmoins, se 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 :	31
F. ANNEXES	32

A. Vers une plus-value des Paysages : Le contexte du RLPi

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi ENE) précise que les règlements locaux de publicité (RLP) permettent aux établissements publics de coopération intercommunale compétents en matière de plan local d'urbanisme ou, à défaut, les communes de contenir l'impact de la publicité extérieure (dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes) tout en veillant à préserver la liberté d'expression.

Le RLPi est un document qui édicte des prescriptions à l'égard de la publicité, des enseignes et préenseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Il doit poursuivre un objectif de protection du cadre de vie, de mise en valeur du paysage tout en veillant au respect de la liberté d'expression et de la liberté du commerce et de l'industrie.

L'engagement de cette démarche vise à préserver la qualité du paysage urbain, tant sur les zones sensibles (entrées de ville, secteurs protégés, Trames Vertes et Bleues...) qu'au niveau des zones d'habitats et économiques. Il s'agit également de prendre en compte des exigences en matière de développement durable, pour ce qui concerne les dispositifs consommateurs d'énergie ou source de pollution lumineuse.

L'enjeu est d'assurer un nécessaire équilibre entre le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées par le moyen de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes et la protection du cadre de vie et notamment de nos paysages. Grand Chambéry et ses communes membres sont à l'initiative de l'élaboration du RLPi.

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 (site patrimonial remarquable) 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 événements 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

B. La concertation dans le cadre de l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal

Rappel du dispositif règlementaire et cadre législatif

L'obligation de concertation dans le cadre de l'élaboration d'un règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

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 : « Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre 1er du Code de l'urbanisme ».

Art L.103-2 Code de l'urbanisme : « Font l'objet d'une concertation associant, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées ... l'élaboration ou la révision du plan local d'urbanisme ».

Art L.103-3 Code de l'urbanisme : « Les objectifs poursuivis et les modalités de concertation sont précisés :

- 1° L'autorité administrative compétente de l'Etat lorsque la révision du document d'urbanisme ou l'opération sont à l'initiative de l'Etat.
- 2° L'organe délibérant de la collectivité ou de l'établissement public dans les autres cas ».

Art L.103-4 Code de l'urbanisme : « Les modalités de la concertation permettent pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'autorité compétente ».

Art L.103-6 Code de l'urbanisme : « A l'issue de la concertation, l'autorité mentionnée à l'article L.103-3 en arrête le bilan. Lorsque le projet fait l'objet d'une enquête publique réalisée conformément au chapitre 3 du livre 1er du Code de l'environnement, le bilan de la concertation est joint au dossier de l'enquête ».

L'obligation de concertation dans le cadre de l'élaboration du règlement Local de Publicité intercommunal de Grand Chambéry

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,

-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 événement ouvert à tous sera tenu par secteurs du PLUi HD (soit 4 événements).

C. La mise en œuvre des actions de concertation

Les parties suivantes permettront d'explicitier les grands points des délibérations présentées plus haut afin de détailler les actions mises en œuvre pour la concertation dressant un bilan quantitatif, qualitatif et œuvrant à mettre en exergue les apports de la concertation.

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.

Publications par le biais du site internet de la commune

Grand Chambéry a créé une page dédiée spécifiquement au RLPi sur son site Internet :

[Règlement Local de Publicité Intercommunal \(RLPi\) - Grand Chambéry \(grandchambery.fr\)](http://grandchambery.fr)

Règlement Local de Publicité Intercommunal



Dernière mise à jour le vendredi 2 décembre 2022

Grand Chambéry a prescrit l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) en mars 2019.

Les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ont été définis dans le cadre de la [délibération](#) du 28 mars 2019 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Grand Chambéry.

SOMMAIRE DE PAGE

- L'ACTUALITÉ DU RLPi
- LES DOCUMENTS
- QUELS SONT LES OBJECTIFS POURSUIVIS PAR GRAND CHAMBÉRY ?
- LA CONCERTATION DU RLPi
- QU'EST-CE QU'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL ?
- LES DISPOSITIFS ENCADRÉS PAR LE RLPi
- LES GRANDES ÉTAPES DE L'ÉLABORATION DU RLPi

Accessible depuis le site institutionnel Grand Chambéry, cette page constitue la porte d'entrée du RLPi. Elle vise à présenter l'objet et les objectifs d'élaboration du RLPi (à l'aide de contenus rédigés et d'une infographie), le calendrier de l'élaboration du RLPi, mais également les grandes actualités en lien avec le RLPi. Enfin, des documents d'information en lien avec le RLPi sont par ailleurs disponibles en téléchargement, tels que le cahier de concertation, des communiqués de presse ou des lettres d'information. Aussi, la présente page internet a permis de renseigner les publics sur la mise en place d'une plateforme d'information et participative dédiée au RLPi, [Participez à l'élaboration du document régulant l'affichage des publicités et des enseignes - Urbanisme \(grandchambery.fr\)](#).

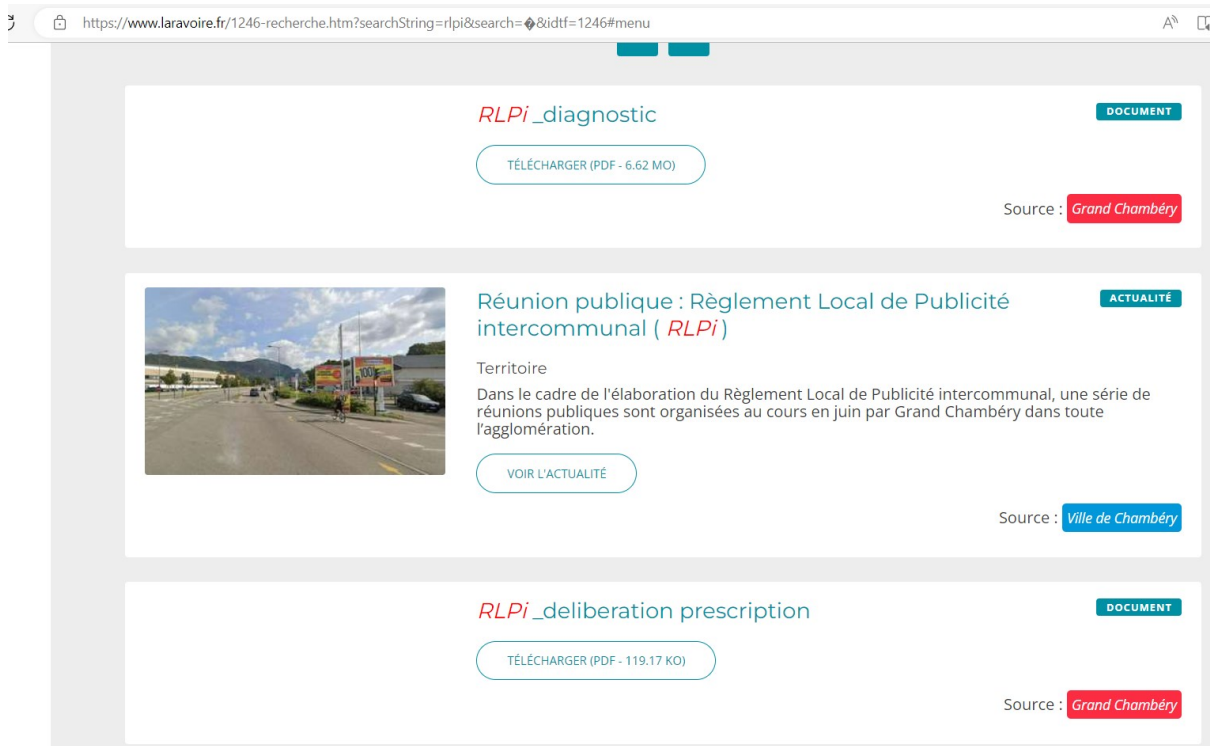
Sur cette dernière année 2022, les statistiques de consultation pour le site internet font état de 377 vues.

Par ailleurs, des relais de la page dédiée au RLPi ont été réalisés sur les sites internet des communes composant Grand Chambéry Agglomération, sous la forme de liens renvoyant vers la page de l'agglomération dédiée au RLPi ou en reprenant les éléments de contenus présents sur la page dédiée au RLPi présente sur le site institutionnel de Grand Chambéry.

Quelques exemples :



The screenshot shows the website of Saint-Jeoire Prieuré. The header features the logo and a search bar. The main navigation bar includes links for SERVICES MUNICIPAUX, VIE PRATIQUE, TOURISME / LOISIRS, ENTREPRENDRE, and ENTRE NOUS. The content area is titled 'Réunion publique Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) Grand Chambéry'. It provides information about the current phase of the regulation and lists the dates and locations of public meetings: Vimines (7 June), Chambéry (14 June), Le Châtelard (22 June), and Curienne (27 June). A sidebar on the right contains a section 'En un clic' with a link to 'Accédez aux DÉMARCHES EN LIGNE' and a list of 'Actualités des associations' including a ceremony, a general assembly, a musical meal, a cinema screening, and a drawing of lots.



The screenshot shows the Laravore website search results for 'RLPi'. The results are organized into three main sections. The first section, titled 'RLPi_diagnostic', includes a 'TÉLÉCHARGER (PDF - 6.62 MO)' button and a source link to 'Grand Chambéry'. The second section, titled 'Réunion publique : Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)', includes a photograph of a street scene, a description of the public meetings, a 'VOIR L'ACTUALITÉ' button, and a source link to 'Ville de Chambéry'. The third section, titled 'RLPi_deliberation prescription', includes a 'TÉLÉCHARGER (PDF - 119.17 KO)' button and a source link to 'Grand Chambéry'.

Un dossier rassemblant les pièces nécessaires à la compréhension du RLPi

Ce dossier, consultable par le public a été mis à la disposition de tous au siège de Grand Chambéry et à l'antenne des Bauges au Châtelard, aux heures habituelles d'ouverture. Il a été complété au fur et à mesure de l'avancée de la procédure.



Photo du dossier de concertation mis à disposition du public

Des articles d'information

Des articles ont été diffusés aux grandes étapes d'élaboration du RLPi, aussi bien en ligne sur la page dédiée à la démarche, que sur les réseaux sociaux et dans les médias locaux. Aussi, des visuels de mobilisation ont été réalisés en amont des réunions publiques.

Mobilisation en amont des réunions publiques qui se sont déroulées en Juin 2022 sur le site internet de Grand Chambéry.



Réunion publique : Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

ACTUALITÉ

Territoire

Dans le cadre de l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal, une série de réunions publiques sont organisées au cours en juin par Grand Chambéry dans toute l'agglomération.

VOIR L'ACTUALITÉ

Source : [Ville de Chambéry](#)

Mobilisation en amont des réunions publiques qui se sont déroulées en Juin 2022 relayée sur le site internet de la Ravoire

https://www.laravoire.fr/1246-recherche.htm?searchString=rlpi&index=2

1 2



Réunions publiques sur le règlement local de publicité intercommunal

ACTUALITÉ

Urbanisme

Le Règlement Local de Publicité intercommunal encadre l'implantation des dispositifs de publicité, enseignes et pré-enseignes. Cette démarche s'accompagne d'une concertation et de réunions publiques.

VOIR L'ACTUALITÉ

Source : [Grand Chambéry](#)

Mobilisation en amont de la clôture de la concertation relayée sur le site internet de la Ravoire, diffusé en décembre 2022

https://www.laravoire.fr/1246-recherche.htm?searchString=rlpi&index=2



Vous avez jusqu'au 16 décembre pour participer à la concertation sur le règlement local de publicité

ACTUALITÉ

Transition écologique

Après plusieurs mois d'information et d'échange, vous avez pu participer à l'élaboration du futur règlement local de publicité intercommunal dans le cadre de la concertation préalable. Cette phase de concertation s'achèvera le 16 décembre. Prochain rendez-vous pour la ...

VOIR L'ACTUALITÉ

Source : [Grand Chambéry](#)

Parution presse d'un article sur la participation Citoyenne associée au RLPi dans un journal local



La participation citoyenne pour réguler l'affichage publicitaire

Les citoyens peuvent participer à la construction de la réglementation publicitaire sur le territoire.

GRAND CHAMBÉRY

L'affichage des publicités sur le territoire est régi par le RLPI (Règlement local de publicité intercommunal). Ce document, en cours de construction, a vocation à réguler l'affichage des publicités et des enseignes sur les différents panneaux prévus à cet effet. L'objectif est d'assurer un juste équilibre entre le droit et la liberté d'expression, et le respect et la protection des paysages.

En mettant en place le RLPI, l'agglomération souhaite réglementer l'installation de la publicité sur son territoire. Cela concerne également les enseignes et pré-enseignes dans les villes. Ce n'est pas une interdiction, comme le soulignent les acteurs politiques, mais bel et bien une régle-

mentation équitable pour permettre la diffusion des informations et des idées dans le respect du cadre de vie actuel. Plus qu'une simple charte, le RLPI a plutôt vocation à devenir un outil que les habitants doivent s'approprier pour apporter leurs remarques sur la visibilité publicitaire des commerces au regard de la préservation paysagère. Elaboré en concertation avec les 38 communes de l'agglomération, ce règlement est également travaillé en collaboration avec la CCI (Chambre de commerce et d'industrie), la CMA (Chambre de métiers et de l'artisanat), l'État, les associations, fédérations et commerces locaux. Grand Chambéry appelle à la mobilisation de ses usagers dans la construction de cet outil qu'ils devront s'approprier dans les années à venir. Chaque habitant

peut, par mail ou par courrier, déposer ses remarques, suggestions, voire recommandations pour faire du RLPI un outil viable, sensé et pérenne. ■



Le registre qui régit les publicités est ouvert aux habitants de l'agglomération. Photo : Grand Chambéry

Le dossier de presse complet associé au RLPI est disponible en annexe n°1

Un registre numérique d'expression

Via un formulaire de contact et une adresse mail « rlpi@grandchambery.fr », les citoyens ont pu participer et donner leur avis sur l'élaboration du RLPI :

<https://www.grandchambery.fr/3400-reglement-local-de-publicite-intercommunal-rlpi.htm#par43756>

Vous souhaitez participer ?

Plusieurs possibilités vous sont offertes pour être informé et nous faire part de vos remarques lors de l'élaboration du RLPi :

- > Cette page internet où seront mis en ligne les documents permettant de prendre connaissance des grandes étapes, du calendrier, des dates de réunions publiques ;
- > Des articles dans le magazine communautaire et les journaux municipaux pour informer au mieux sur l'ensemble du territoire ;
- > Des registres de concertation mis à disposition du public au siège de Grand Chambéry et à l'antenne des Bauges afin que chacun puisse librement faire ses remarques et suggestions ;
- > Des réunions publiques et/ou des ateliers pour rencontrer les habitants et les acteurs du territoire ;
- > La possibilité de transmettre vos observations par voie postale à :

M. le Président de Grand Chambéry
106 allée des Blachères
CS 82618
73026 Chambéry Cedex

- > Par courriel à l'adresse suivante rlpi@grandchambery.fr
- > Le formulaire de contact ci-dessous pour nous transmettre vos remarques :

Newsletter

Pour tout savoir des actualités de Grand Chambéry, abonnez-vous à nos lettres d'information :

☐ Agglo Infos

☐ L'actu des piscines

Captcha  [\(Regénérer\)](#)

Mon courriel

Exemple de communication sur la participation citoyenne au RLPi disponible en annexe n°2

Cette consultation a donné lieu à une quarantaine de participation de citoyens.

Extrait des participations via l'adresse mail

Date	Etat	Civilité	Prénom	Nom	Vos remarques
15/12/2021 12:45	Sans état	Madame	Elodie	Kerkaert	Je souhaiterais que - soit proscrire la publicité sur panneaux d'affichage utilisant de l'électricité (affichage digital, panneaux déroulants). - la limitation de l'affichage au mobilier urbain déjà existant - la suppression des affichages en bord de route dans les espaces ouverts (sans bâtiment)
15/12/2021 18:27	Sans état	Madame	Mireille	Vareon	Je considère que l'affichage sauvage par banderoles de l'événementiel du village et des autres communes des Bauges à l'entrée de St Jean d'Arvey en bordure de la RD n'est pas appropriée et constitue un danger et dénature le paysage à l'entrée du PNR des Bauges. - faire respecter la loi et supprimer les publicités interdites - interdire les publicités lumineuses de tout type : rétroéclairage et écrans - limiter les dispositifs au sol, trop impactants visuellement
15/12/2021 22:33	Sans état	Madame	Lucie	Viat	
27/12/2021 09:40	Sans état	Madame	Claire	Deslauriers	beaucoup trop de publicités sont axées sur la consommation (promotion interne, remise scolaire...) et très peu sur de la culture, les événements aux alentours. Cela serait bien d'interdire les publicités d'enseignes type Intersport... Favoriser les formats plus petits de panneaux d'affichage ou les colonnes Maurice. Il y a beaucoup de grand grand panneaux en hauteur vers Bissy.
28/12/2021 08:55	Sans état	Monsieur	Luc	Bonnard	beaucoup trop de publicités sont axées sur la consommation (promotion interne, remise scolaire...) et très peu sur de la culture, les événements aux alentours. Cela serait bien d'interdire les publicités d'enseignes type Intersport... Favoriser les formats plus petits de panneaux d'affichage ou les colonnes Maurice. Il y a beaucoup de grand grand panneaux en hauteur vers Bissy.
28/12/2021 08:56	Sans état	Monsieur	Luc	Bonnard	beaucoup trop de publicités sont axées sur la consommation (promotion interne, remise scolaire...) et très peu sur de la culture, les événements aux alentours. Cela serait bien d'interdire les publicités d'enseignes type Intersport... Favoriser les formats plus petits de panneaux d'affichage ou les colonnes Maurice. Il y a beaucoup de grand grand panneaux en hauteur vers Bissy.
04/01/2022 14:55	Sans état	Madame	Anne	Degrey	Bonjour, merci pour le diagnostic fait. Je confirme les questionnement sur les nouvelles technologies d'affichage (dispositifs numériques) quant à leur impact "sur les ambiances urbaines qu'ils créent (forte luminosité), sur les consommations énergétiques engendrées ou encore de la biodiversité (trames noires)". J'attire votre attention sur le respect des horaires d'éclairage de ces systèmes : respectent ils toujours la réglementation ? et par ailleurs, toujours concernant la pollution lumineuse et la consommation énergétique : comment sont pris en compte les éclairages nocturnes des magasins, comme par exemple les concessions de voiture autour de Chambéry qui laissent les lumières allumées toute la nuit, (ainsi que les phares des voitures exposées) ? Cela est il considéré comme de la publicité, et alors réglementé ? A mon sens, ces éclairages devraient aussi être interdits au-delà de 2h après fermeture et avant ouverture. Merci
10/02/2022 21:15	Sans état	Madame	Raphaëlle	Hoc	Stop à la pub stop à la promotion des entreprises polluantes, pratiquant la fraude fiscale, exploitant des animaux et des êtres humains à travers le monde. Oui aux informations municipales, régionales, gouvernementales, associatives
28/03/2022 15:36	Sans état	Monsieur	Didier	RIGOLLOT	En tant que prestataire de publicité extérieure, actif sur le Grand Chambéry, nous souhaiterions être associés aux orientations et décisions en cours concernant le projet de RLPi du Grand Chambéry. A ce stade nous n'avons eu aucun contact avec les services en charge de ce dossier. Nous restons dans l'attente de votre avis. Cordialement Didier RIGOLLOT

Des autres courriers ont été reçus de manière dématérialisée :

- Extinction Rebellion Chambéry – au président de Grand Chambéry et au maire de Chambéry : objet : Règlementation sur l’affichage publicitaire – le 9 février 2022.
- Collectif d’associations (Les amis de la terre, greenpeace, CIE, Extinction rebellion, Attac France) – objet : Réflexions et propositions dans le cadre de l’élaboration du Règlement Local de Publicité (RLPi) de Grand Chambéry– Le 15/05/2022
- JCDcaux – Contribution à l’élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal Grand Chambéry – le 15 Décembre 2022
- Union pour la Publicité Extérieure – au Président de Grand Chambéry. Objet : élaboration du règlement Local de Publicité intercommunal, concertation, suite réunion du 26 Octobre 2022 – le 2 janvier 2023 (reçu hors délais, nous l’avons tout de même pris en compte dans ce bilan).

Les réponses à ces propositions réglementaires font l’objet d’une partie dédiée dans le volet « bilan de la concertation – contributions écrites au règlement du RLPi ».

Registres à disposition du public

Deux registres de concertation étaient disponibles tout au long de la procédure, en lien avec les dossiers réunissant les pièces nécessaires à la disposition du public.



Photo des cahiers de concertation mis à la disposition du public au siège de Grand Chambéry et à l’antenne des Bauges. Ce document comporte une partie registre pour recueillir les remarques écrites des participants et une partie informative générale sur le dossier de RLPi.

Aucune participation via ces moyens de concertation n'a été reçue.

Par courrier

Le public a eu la possibilité d'envoyer ses observations par courrier à l'attention du Président de Grand Chambéry par voie postale à :

"106 allées des Blachères

CS 82618

73026 Chambéry Cedex »

En dehors de quelques courriers initiaux de professionnels et d'association repris également par courriel, aucune participation du public par ce moyen.

D. Tenue de réunions publiques et de travail

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 comme vu dans la partie précédente.

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.

Les rencontres se sont déroulées en plusieurs temps :

- Qu'est-ce qu'un règlement local de la publicité ?
- Une présentation du diagnostic publicitaire de Grand Chambéry à travers des photographies de dispositifs locaux permettant de dresser un état des lieux du parc actuel et des incidences négatives ou positives sur les différents paysages urbains et du quotidien ;
- Une présentation du projet politique en matière d'encadrement de la publicité en vue d'améliorer la qualité du cadre de vie et répondre aux enjeux qui ont pu émerger du diagnostic.
- Une présentation du travail sur le règlement écrit et graphique.

Affiche d'information sur le déroulement des quatre réunions publiques sur le RLPi

RLPi

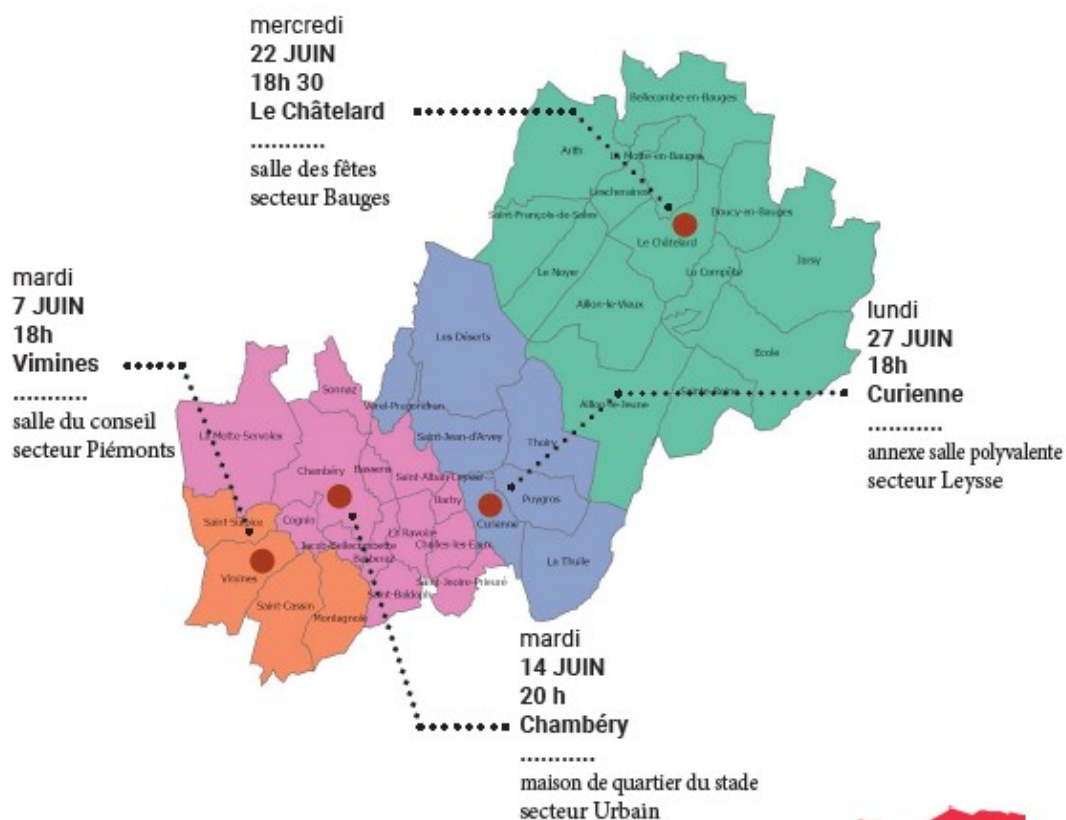
Règlement Local de Publicité **intercommunal**

PUBLICITÉ

PRÉ-ENSEIGNES

ENSEIGNES

RÉUNIONS PUBLIQUES



grandchambery.fr

facebook.com/grandchambery/



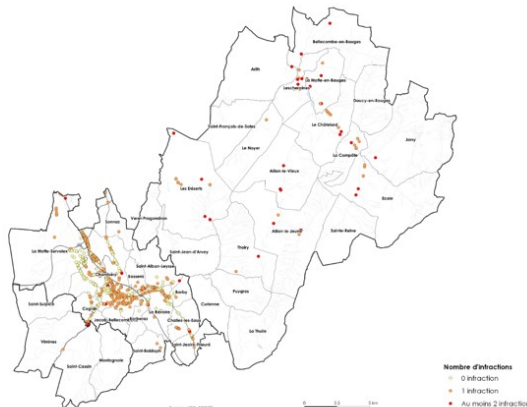
Exemples de slides issues de la présentation réalisée lors des réunions publiques

Publicités et préenseignes



Mise en conformité au regard du RNP

- 63% des dispositifs à mettre en conformité avec les règles du RNP
- Motif principal de mise en conformité : la publicité localisée dans un périmètre d'interdiction relative (59%)
- Les motifs d'infractions sont souvent cumulatifs (63% des dispositifs recensés ont entre 1 et 4 infractions, en général 1)



GRAND CHAMBÉRY

31

Enseignes, quelles perceptions, quels impacts ?



Les zones d'activités économiques et commerciales comme point de concentration des enseignes et des infractions

- Un renforcement de l'image « d'affichage non maîtrisé en ZAE » puisque ces espaces sont souvent combinés à des entrées de ville, malgré des efforts d'harmonisation
- Des enseignes en toiture qui altèrent les perceptions du territoire



Enseigne en toiture avec vue sur les Bauges et Belledonne en fond – La Ravoire



Des enseignes en façade de grand format – ZA Saint-Vincent, Challes-les-Eaux

GRAND CHAMBÉRY

34

Mise à part celle de Chambéry ayant mobilisé de nombreuses personnes issues du monde associatif majoritairement, les réunions publiques n'ont pas suscitées de réel engouement des citoyens. Celle de Vimine ayant réuni 1 seule personne et celle Curienne aucune. Le compte rendu de ces réunions est joint en annexe n°3 et l'info presse en annexe n°4.

Des animations d'ateliers avec les acteurs locaux

En complément de la mise en œuvre des modalités imposées par la délibération du 8 juillet 2020, des rencontres ont été organisées avec les acteurs économiques : afficheurs et représentants du tissu économique et associatif local :

- 29/10/2021 : Présentation de la méthode pour l'élaboration du diagnostic / Présentation des éléments du diagnostic publicitaire et des enseignes et échanges avec les associations
- 06/2022 : Présentation du premier travail zonage et règlement aux différents acteurs
- 10/2022 : Présentation des évolutions du travail zonage et règlement aux différents acteurs, depuis la dernière rencontre.

E. Synthèse des avis, remarques et contributions au regard du RLPi

Analyse quantitative générale

Au total, environ 50 personnes, acteurs économiques et associatifs ont participé ou se sont exprimés, tous moyens confondus, dans le cadre de la concertation relative au RLPi de Grand Chambéry, totalisant environ 130 avis et contributions. Toutefois, ceci doit prendre en compte :

- Le fait qu'une personne ou un acteur puisse s'être exprimé à plusieurs reprises dans le cadre de la concertation relative au RLPi ;
- A noter également que des personnes présentes lors des actions de concertation ne se sont pas exprimées.

Détail des contributions selon les modes d'expression

Un courrier de l'association extinction rébellion – Aucune remarque sur les registres papiers – 4 courriels qui ont été transmis via l'adresse électronique de la part des professionnels de l'affichage et des associations et une quarantaine de contributions de citoyens.

Principaux thèmes et contributions

Plusieurs thèmes se sont dégagés tout au long de la concertation et les principaux sujets ressortant des contributions ont été regroupés au sein des thématiques suivantes :

- **Généralités sur la démarche** : expression de l'intérêt des acteurs en lien avec la publicité (économiques, associatifs...) et demandes de précisions quant au déroulement global de la démarche de concertation et sur le pouvoir de police pour mettre en conformité les dispositifs concernés.
- **Dispositifs lumineux & règles d'extinction** : plages horaires d'extinction des dispositifs lumineux, préservation de la trame noire, économies d'énergie.
- **Densité, taille & organisation des dispositifs** : densité des dispositifs, oppositions quant aux formats (trop grand, ou trop faible ou fonction), limitation des dispositifs au sol, opposition à certaines dérogations (monuments historiques, PNR).
- **Gestion du contenu de l'affichage (alcool, produits de luxe...) ;**

Les quatre thématiques présentées ci-dessus concentrent la très grande majorité des contributions citoyennes formulées.

Toutefois, les avis et contributions formulés tout au long de la démarche de concertation ont pour beaucoup porté sur le degré restrictif du futur règlement et de son application effective : en effet, deux visions se sont confrontées avec :

- d'une part, les associations de préservation de l'environnement et du cadre de vie ainsi qu'un certain nombre d'habitants qui militent pour un RLPi restrictif, garant d'une préservation du cadre de vie ;
- d'autre part, professionnels de la publicité et acteurs économiques, soucieux du cadre de vie mais adoptant une position d'étude et d'analyse au cas par cas des règles à appliquer.

Synthèse qualitative des avis et contributions

- **Généralités sur la démarche** : expression de l'intérêt des acteurs en lien avec la publicité (économiques, associatifs...) et demandes de précisions quant au déroulement global de la démarche de concertation et sur le pouvoir de police pour mettre en conformité les dispositifs concernés.

La présente catégorie thématique entend présenter les questions, avis et contributions d'ordres générales sur l'élaboration et l'application du RLPi. Aussi, et afin d'éviter les redondances – des questions et avis portant sur un même sujet ont été regroupées afin d'apporter des éléments de réponse globaux en lien avec les choix effectués dans le cadre de l'élaboration du RLPi et de la concertation.

« En tant que prestataire de publicité extérieure, actif sur le Grand Chambéry, nous souhaiterions être associés aux orientations et décisions en cours concernant le projet de RLPi du Grand Chambéry. A ce stade nous n'avons eu aucun contact avec les services en charge de ce dossier. Nous restons dans l'attente de votre avis »

« Nous aimerions savoir quelles sont les concertations passées et futures mises en place que les différents acteurs du territoire puissent nourrir l'élaboration du RLPi de leurs avis et attentes SVP ? »

Comme évoqué plus haut dans ce dossier, différentes rencontres à destination des acteurs socio-professionnels et du publique ont été organisées afin de recueillir les différents avis et d'échanger sur la procédure et le futur règlement.

– Dispositifs lumineux et règles d’extinction

Une volonté d’étendre les plages horaires d’extinction des dispositifs publicitaires lumineux semble se dégager. Parmi les arguments formulés, la préservation de la faune afin de reconstituer une trame noire ou le confort visuel des automobilistes et piétons. Les acteurs associatifs vont pour certains jusqu’à proposer d’interdire purement et simplement les dispositifs lumineux. Voici un panel représentatif des remarques :

« Je souhaiterais que soit proscrite la publicité sur panneaux d’affichage utilisant de l’électricité (affichage digital, panneaux déroulants) »

« Interdire les publicités lumineuses de tout type : rétroéclairage et écrite »

« Surtout ne pas développer les panneaux rétro-éclairé comme il peut y avoir dans certaines gares. Quelle agression visuelle et non-sens d’utilisation de l’énergie »

« Concernant la pollution lumineuse et la consommation énergétique : comment sont pris en compte les éclairages nocturnes des magasins, comme les concessions de voiture autour de Chambéry qui laissent les lumières allumées toute la nuit, (ainsi que les phares des voitures exposées) ? Cela est-il considéré comme de la publicité, et alors réglementé ? A mon sens, ces éclairages devraient aussi être interdits au-delà de 1h après fermeture et avant ouverture. Merci »

« La publicité défigure les entrées de ville, gâche le paysage (notamment à Chambéry où nous avons la chance d’avoir des paysages magnifiques, des bâtiments anciens et historiques). Et c’est sans compter les trop nombreux affichages lumineux qui semblent d’un autre temps, aujourd’hui où le dérèglement climatique est plus que jamais présent et où nous devons agir en conséquence. »

« La pollution lumineuse ainsi que l’économie d’énergie sont des enjeux majeurs. Avec l’éclairage public éteint à partir de minuit, il faut que les éclairages à but commercial (enseigne, vitrine, écran de pub) soient éteints lors de la fermeture des magasins en question pour les vitrines et les enseignes et 20h pour les écrans de pub. La mairie de Chambéry serait précurseur en matière d’économie d’énergie avec ces mesures. Nous vivons dans un monde où chaque économie d’énergie nous rapproche un peu plus d’un monde viable pour nos enfants, alors nous demandons de faire le maximum. Pas besoin d’écran allumé toute la nuit pour du chiffre d’affaires, nous voulons des VRAIES mesures »

Le respect de la trame noire a bien été intégré dans le projet d’orientations. Nous pouvons également nous appuyer sur la volonté de Grand Chambéry de réduire les consommations énergétiques de manière globale sur son territoire. A ce titre, les publicités et les enseignes numériques sont totalement interdites par le futur RLPi et ce sur l’entièreté du territoire. Grand Chambéry souhaite également restreindre la plage horaire d’extinction afin d’apaiser les paysages nocturnes aussi bien pour la biodiversité que pour les riverains ou encore la maîtrise des consommations énergétiques. Il s’agira également après approbation et en vue de l’application du RLPi de fixer les modalités de mise en œuvre et de déployer les ressources techniques et humaines en cohérence. A noter également que

l'élaboration du RLPi a permis de faire de la sensibilisation quant à la réglementation de l'affichage extérieur et donc sur cette thématique de l'extinction également.

– **Densité des dispositifs**

La problématique de la densité générant actuellement des points noirs paysagers semble être un constat partagé par le grand public et les acteurs associatifs.

« il me semble opportun de réduire massivement la taille et la densité des publicités ».

« Je suis en accord avec le collectif d'associations et de citoyens qui ont proposé 8 mesures à intégrer dans le RLPi, les voici :

-Limitation de la taille maximale des publicités à 2m² et de la distance entre deux panneaux à 160m »

« Je suis globalement pour une diminution de la publicité »

« La présence de publicité sur mobilier urbain nuit fortement au calme de l'agglomération chambérienne. Je suis en faveur d'une réduction de leur nombre en les interdisant à proximité des lieux dédiés à la jeunesse et à la culture tels que les écoles, théâtre, cinéma et autres. »

Les problématiques de chaque territoire sont bien prises en compte et l'enjeu pour Grand Chambéry est de dédensifier l'affichage. Aussi, le projet de RLPi intègre cette problématique dans ses dispositions générales. Effectivement, en vue du désencombrement du champ visuel, le règlement du RLPi souhaite durcir la règle nationale de densité par rapport à la règle de densité du Règlement National de Publicité (RNP).

Le mobilier urbain lui est certes encadré par le RLPi mais le choix a été fait de ne pas le soumettre à des règles de densité, comme c'est déjà le cas dans le cadre de la réglementation nationale, car le mobilier urbain est maîtrisé par la collectivité. Toutefois, au sein du RLPi, il doit suivre des règles de dimensions propre à chaque zone de publicité en cohérence avec les morphologies et natures des tissus urbains ainsi que des règles de maîtrise des dispositifs lumineux fixées par les dispositions générales.

Concernant les dispositifs publicitaires interdits autour des établissements scolaires, un projet allant dans ce sens est prévu par la ville de Chambéry au sein du futur RLPi.

– **Gabarit des dispositifs**

A l'image de la thématique présentée plus haut, une unanimité semble s'exprimer au sein du public et des acteurs associatifs quant à une opposition aux publicités de grands formats qui vient également réinterroger le maximum autorisé dans le projet de RLPi porté à 8,5m².

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.

« Bonjour,
Soyez ambitieux pour ce RLPI, protégez nos paysages :
- suppression progressive des 4x3m pour limiter au 2m², même dans les zones artisanales cela permettra d'éviter le sentiment de déclassement de ces zones. »

« Favoriser les formats plus petits de panneaux d'affichage ou les colonnes Maurice. Il t'a beaucoup de grands panneaux en hauteur vers Bissy »

« Je vous demande donc de prendre vos responsabilités et :
- de limiter drastiquement la taille des panneaux (en particulier les immenses 4x3) »

Réduire les gabarits des publicités est une ambition forte du projet politique et a fait consensus auprès des élus. Concernant la taille maximale des formats, le RLPI s'attache à ne pas déployer ce format maximal de 8,5m² sur toutes les zones et à le limiter aux zones d'activités, mettre des dispositifs à 8,5m² revient toutefois à réduire fortement la présence des dispositifs dans les paysages urbains.

– Gestion du contenu de l'affichage

Cette problématique est revenue de nombreuses fois :

« Circulant régulièrement dans l'agglomération de Chambéry, je suis frappé par la présence de nombreuses publicités, certaines choquantes par leur contenu et/ou par leur impact visuel. »

« Beaucoup trop de publicité sont axées sur la consommation (promotion literie, rentrée scolaire...) et très peu sur de la culture les événements aux alentours. Cela serait bien d'interdire les publicités d'enseignes type Intersport... »

« Stop à la promotion des entreprises polluantes, pratiquant la fraude fiscale, exploitant des animaux et des êtres humains à travers le monde. Oui aux informations municipales, régionales, gouvernementales, associatives »

Le contenu de la publicité ne peut pas être réglementé à travers le RLPI, les moyens d'action sont la limitation de la surface, de la densité et de la typologie des différents dispositifs, ce à quoi s'applique le futur RLPI de Grand Chambéry.

– Focus sur les contributions écrites des associations et professionnels de l'affichage

Cette partie a pour objectif de reprendre les contributions qui ont été transmises à Grand Chambéry sous forme de propositions réglementaires à intégrer dans le dossier de RLPI. Des éléments de réponse ou d'explication du règlement arrêté du RLPI sont donnés à la suite des remarques rapportées ci-après dans les encarts.

Extinction Rebellion Chambéry

Est-il cohérent d'autoriser l'exposition quotidienne de panneaux en masse dans nos rues, vantant une chaîne de fast-food américaine ou une multinationale de produits de luxe experte en publicité sexiste et en évasion fiscale ?

Ne vous semble-t-il pas évident, au-delà même de cette proposition, que la finalité serait d'arriver à supprimer la publicité de l'espace public ?

Le RLPi tel que proposé a été conçu dans une recherche d'équilibre global entre valorisation des paysages et liberté d'expression. Le principe général du règlement vise également à trouver un équilibre dans les supports autorisés, en évitant par exemple une interdiction totale de la publicité scellée au sol. En revanche, dans l'ensemble des zones, un travail a été fait pour encadrer fortement les formats maximums autorisés et limiter dans une certaine mesure la densité via les dispositions générales.

Collectif d'association

Propositions des mesures suivantes :

1. -Pas de dérogation au Règlement National de Publicité (PNR et monuments historiques) ;
2. -Interdiction des enseignes et publicités numériques et lumineuses
3. -Limitation de la taille maximale des publicités à 2m² et inter distance de 160m
4. -Simplification du zonage avec 3 zones et 2 trames
5. -Instaurer une zone blanche autour des établissements éducatifs et culturels
6. -Interdiction des publicités commerciales sur les abris urbains destinés au public
7. -Harmonisation des règles pour les enseignes entre les centre-villes et les autres zones (interdiction des enseignes scellées au sol et sur toiture)
8. -Pas de dérogation pour les enseignes et publicités temporaires

1 - Le règlement prévu ne déroge pas à l'interdiction de publicité au sein des PNR, préservant ces espaces.

Concernant le reste des dérogations (Périmètres des Monuments historiques, SPR, Sites inscrits, immeubles classés, Natura 2000), elles ne concernent que certains types de dispositifs.

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 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 L581-13 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.

2 – Grand Chambéry suit l'avis de collectif sur ce point en interdisant totalement les publicités et les enseignes numériques sur le territoire. Ceci montre une ambition forte en termes de sobriété énergétique et de préservation de la trame noire. Concernant le lumineux le RLPi est également ambitieux car il 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).

3- Réduire les gabarits des publicités est une ambition forte du projet politique et a fait consensus auprès des élus. Concernant la taille maximale des formats, le RLPi s'attache à ne pas déployer ce format maximal de 8,5m² sur toutes les zones et à le limiter aux zones d'activités, dont les enjeux économiques nécessitent un besoin de visibilité important. Mettre des dispositifs à 8,5m² revient toutefois à réduire fortement la présence des dispositifs dans les paysages urbains.

4- Le RLPi ne répond pas à ce souhait dans la mesure où à chaque grande typologie de paysages correspond un zonage où la réglementation, et par extension les gabarits et typologies de dispositifs autorisés, s'ajuste au regard des enjeux éco-paysagers, patrimoniaux ou de cadre de vie en présence. Les 4 zones actuelles et 3 trames correspondent chacune à des besoins et volontés politiques ciblés et ne peuvent donc pas être rassemblées.

5- Concernant les écoles, le RLPi, selon le Code de l'environnement, a pour but de préserver les paysages et le cadre de vie. La protection d'un certain type de publique n'est pas l'objectif premier de ce document. Cependant, suite à une volonté politique forte de la ville de Chambéry, un périmètre (Trame 3) interdisant la publicité autour de ces lieux sera mis en place.

6- Comme évoqué au point 1, autoriser la publicité sur les abris-voyageurs vise à conserver 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 permet de financer l'ensemble de ces prestations. Il apparaît donc indispensable de conserver une possibilité d'installation de publicité sur mobilier urbain

7-Sur ce point, de la même manière que pour la publicité, Le RLPi ne répond pas à ce souhait dans la mesure où à chaque grande typologie de paysages correspond un zonage où la réglementation spécifique. Concernant les enseignes scellées au sol, elles ont leur intérêt dans la mesure où certaines activités exercent en retrait de voie publique, elles sont également strictement limitées en taille (4m2 maximum). Les enseignes en toiture sont-elles bien interdites.

8- Le RLPi a fait le choix d'interdire les pré-enseignes 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.

Pour les dispositifs temporaires autorisés sur le territoire, le RLPi 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 pré-enseignes temporaires (mural et au sol). Le RLPi laisse toutefois la commune de Chambéry aux dispositions des communes de plus de 10 000 habitants du RNP, celle-ci ayant des besoins en termes d'affichage temporaires plus importants que les autres communes.

Le RLPi ne déroge en rien au Règlement National de Publicité sur ces dispositifs.

Union de la Publicité Extérieur :

Le format :

- Sur le format 8,5m² : si la collectivité maintenait cette orientation de format, c'est la totalité du parc sur domaine privé qui serait amené à être déposée et non remplacée. En somme, il s'agirait de la destruction d'une activité économique pourtant aujourd'hui au service des annonceurs locaux : demande d'intégrer le format 10,5m² hors-tout

Réduire les gabarits des publicités est une ambition forte du projet politique et a fait consensus auprès des élus. Aussi, comme évoqué précédemment, à chaque grande typologie de paysages correspond un zonage où la réglementation, et par extension les gabarits et typologies de dispositifs autorisés, s'ajuste au regard des enjeux éco-paysagers, patrimoniaux ou de cadre de vie en présence. L'objectif souhaité par les élus est de permettre au maximum et dans les zones d'activités économiques et commerciales uniquement des affiches de 8m² avec un cadre raisonné afin de limiter/maîtriser la présence des dispositifs dans les paysages urbains. Pour les autres zones, quand la publicité est autorisée, les surfaces proposées par le règlement répondent à la même optique, mais dans des gabarits moindres au regard des enjeux des secteurs à dominante résidentielle et de la volonté d'apaisement de ceux-ci.

Le zonage :

- Inclure une interdiction par l'instauration d'une trame « espaces vitrine » sur les principaux axes traversant les zones économiques altère de façon irréversible la communication extérieure au sein des zones d'activités.

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. Dans le reste des zones d'activités la publicité est autorisée et le maintien de la communication est assuré.

Les dispositions particulières :

1. Un RLPi ne peut interdire légalement les dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines mais seulement limiter les surfaces.
 2. En ZP3, nous suggérons un format d'affiche 8m² (10,5 hors-tout) pour les dispositifs muraux dans les communes de plus de 10 000 habitants.
-
1. Le futur RLPi n'a pas pour ambition d'interdire totalement les dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines, il vient limiter strictement les surfaces de ceux-ci (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)
 2. En ZP3, dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou appartenant à l'unité urbaine de Chambéry, les formats de dispositifs muraux sont de 4 m² hors tout maximum pour limiter leur emprise dans le champ visuel d'un usager au profit de la découverte des paysages naturels et bâtis communaux. Rappelons que la ZP3 est une zone avant tout résidentielle et non économique. Chambéry en revanche bénéficiera d'une surface de 8m² pour des raisons économiques.

La densité en ZP4 :

- Nous suggérons des règles de densité permettant un équilibre entre cadre de vie et garantie de visibilité (1 dispositif par 100m de linéaire, 2 dispositifs si linéaire supérieur à 100m)
- Règles particulières pour le domaine public ferroviaire.

Les seuils proposés actuellement de 1 dispositif par unité foncière sur la totalité du territoire ont été choisis dans un but d'homogénéisation et de désencombrement du paysage. Ce choix a également été fait pour faciliter l'instruction et les pouvoirs de police futurs.

Concernant l'adaptation spécifique au domaine public ferroviaire, le choix a été fait, à ce jour d'avoir des approches harmonisées des dispositifs à l'échelle du territoire participant de fait à faire identité.

Adaptations du zonage en ZP4

- Nous suggérons quelques aménagements sur la ZP4, zones d'activités

Actuellement, pour des raisons de cohérence, la ZP4 correspond aux périmètres des zones d'activités déjà identifiées au sein du PLUi-H.

Affichage de petit format

- Nous demandons d'appliquer les dispositions du seul règlement national de publicité s'agissant de l'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.

JCDecaux :

Le format :

Notre recommandation

- Autoriser la communication sur mobilier urbain d'information 8m² en ZP2 et T2 afin de préserver
 - le libre choix des collectivités de déterminer le mobilier urbain publicitaire qu'elles souhaitent voir déployer sur leurs territoires
 - assurer la bonne lisibilité et visibilité de la communication institutionnelle ainsi que sa cohérence sur l'ensemble du territoire.
 - limiter les impacts économiques sur l'équilibre économique des contrats de mobiliers urbains actuels
- Cette réintroduction du MUi format 8m² en ZP2 et T2 n'empêchera pas une densification des emplacements actuels dans le cadre de la future consultation

Cf. réponse formulée à l'UPE

Publicité numérique :

Nos recommandations

- Traiter, dans un souci de lisibilité juridique, la publicité numérique sur mobilier urbain de manière spécifique au sein du futur RLPi comme le fait le Code de l'environnement en insérant dans le glossaire la définition de la « publicité numérique » afin de la distinguer de celle relative à la « publicité lumineuse »
- Autoriser dans toutes les collectivités éligibles en ZP 2 ZP 3 ZP 4 et T 2 la publicité numérique sur mobilier urbain, conformément aux dispositions prévues par le Code de l'environnement dans la mesure où les conditions d'exploitation seront entièrement encadrées par contrat

En effet, une définition de la publicité numérique pourra être intégrée au glossaire. Concernant l'interdiction de la publicité numérique, il s'agit d'un choix fort porté par les élus. Ceci montre une ambition forte en termes de sobriété énergétique et de préservation de la trame noire.

Extinction nocturne :

Notre recommandation

- Appliquer la réglementation nationale issue du décret n 2022 1294 du 5 octobre 2022 en cohérence avec le décret qui précise « Le présent décret a pour objet de modifier le code de l'environnement afin d'harmoniser les règles d'extinction des publicités lumineuses, que la commune soit couverte ou non par un règlement local de publicité et quelle que soit la taille de l'unité urbaine à laquelle elle appartient les publicités lumineuses devront être éteintes la nuit, entre une heure et six heures du matin »

Cf. réponse formulée à Extinction Rébellion

Dispositions relatives à la trame T3

- Nous souhaitons attirer votre attention sur le fait que la mise en œuvre d'une telle trame devra faire l'objet d'une étude d'impact et serait susceptible d'avoir des conséquences sur le parc de mobiliers urbains d'information 2 m 2 et d'abris voyageurs
- Conformément aux dispositions prévues par le Code de l'environnement, les choix de réglementation retenus par une collectivité dans un RLPi doivent être justifiés selon un juste équilibre entre la préservation du cadre de vie et des paysages et la nécessaire visibilité des activités économiques, commerciales, culturelles ou associatives en respectant le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées

Cf. réponse formulée au collectif d'association

E. Bilan de la concertation

Un sujet de concertation approprié par des publics intéressés et avertis

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 visibilités 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 pré-enseignes 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 (voir ci-avant la partie « contributions écrites »).

Synthèse des thèmes abordés

Les publics ont répondu présent dans le cadre de la démarche de concertation. Néanmoins, se 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.

F. ANNEXES

- Annexe 1 : Dossier de presse thématique RLPi
- Annexe 2 : Communication en ligne concertation RLPi
- Annexe 3 : Info presse sur les réunions publiques
- Annexe 4 : Compte-rendu des réunions publique juin 2022

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)
BILAN DE LA CONCERTATION

ANNEXE 1
Dossier de presse thématique RLPi



Règlement Local de Publicité Intercommunal

dossier de presse thématique

Version du 04/01/2023

GRAND CHAMBERY
SERVICE ARCHIVES-DOCUMENTATION

106 allée des Blachères – CS 82618 – 73026 Chambéry cedex
04 79 68 30 75 - grandchambery.fr - [@GrandChambery](https://www.instagram.com/GrandChambery) - cmag-agglo.fr

Qu'est-ce qu'un Règlement Local de Publicité Intercommunal ?

L'implantation des publicités, enseignes et pré-enseignes est soumise à une réglementation nationale : leur installation doit être conforme à diverses règles notamment concernant les emplacements, la densité, la surface, la hauteur, l'éclairage... et faire l'objet de déclarations ou d'autorisations préalables. Le Règlement Local de Publicité intercommunal est un document d'urbanisme visant à trouver le juste équilibre entre la préservation du cadre de vie et des paysages, et la nécessaire visibilité des activités économiques, commerciales, culturelles ou associatives en respectant le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées.

A l'échelle des 38 communes de l'agglomération, le RLPi détermine par zones, les obligations à respecter pour l'installation des dispositifs de publicité, d'enseignes et pré-enseignes.

Il peut fixer des conditions d'installation plus restrictives que celles issues de la réglementation nationale. Le RLPi encadrera notamment les implantations, les formes, les dimensions, les couleurs, la densité, la typologie des supports ou encore le mode d'éclairage en fonction de zones définies (centre-ville, zones commerciales, espaces résidentiels...).

Il remplacera les RLP communaux dont certaines communes de l'agglomération sont dotées.

Les documents

2019 : prescription de l'élaboration du RLPi

Délibération du conseil communautaire, en date du 28 mars 2019 qui prescrit l'élaboration du RLPi et définit les modalités de la concertation.

2021 : synthèse du diagnostic

2022 : réunions publiques (7 juin à Vimines, 14 juin à Chambéry, 22 juin au Châtelard, 27 juin à Curienne : diaporama de présentation et comptes rendus de réunions

Sommaire

Publication	Date parution	Titre
Le Dauphiné Libéré	28/11/22	Une pétition pour limiter les espaces publicitaires
Le Dauphiné Libéré	12/11/22	La réglementation d'affichage publicitaire remise en question
Le Dauphiné Libéré	08/11/22	Les panneaux publicitaires lumineux dans le collimateur des militants écolo
Eco Savoie Mont Blanc	07/10/22	Publicité :loger tout le monde à la même enseigne
La Vie Nouvelle	24/06/22	Initiative Grand Chambéry concerta sur les affichages publicitaires
Le Dauphiné Libéré	28/03/22	La Ravoire - Le Règlement local de publicité intercommunal présenté aux élus
Le Dauphiné Libéré	04/03/22	Jacob-Bellecombette - Sécurisation et études de travaux au menu du conseil municipal
Le Dauphiné Libéré	04/02/22	Montagnole - L'ouverture d'un guichet dédié aux aides à la rénovation énergétique
La Voix de l'Ain	24/12/2021	La participation citoyenne pour réguler l'affichage publicitaire

La participation citoyenne pour réguler l'affichage publicitaire

Les citoyens peuvent participer à la construction de la réglementation publicitaire sur le territoire.

GRAND CHAMBÉRY

L'affichage des publicités sur le territoire est régi par le RLPI (Règlement local de publicité intercommunal). Ce document, en cours de construction, a vocation à réguler l'affichage des publicités et des enseignes sur les différents panneaux prévus à cet effet. L'objectif est d'assurer un juste équilibre entre le droit et la liberté d'expression, et le respect et la protection des paysages.

En mettant en place le RLPI, l'agglomération souhaite réglementer l'installation de la publicité sur son territoire. Cela concerne également les enseignes et pré-enseignes dans les villes. Ce n'est pas une interdiction, comme le soulignent les acteurs politiques, mais bel et bien une régle-

mentation équitable pour permettre la diffusion des informations et des idées dans le respect du cadre de vie actuel. Plus qu'une simple charte, le RLPI a plutôt vocation à devenir un outil que les habitants doivent s'approprier pour apporter leurs remarques sur la visibilité publicitaire des commerces au regard de la préservation paysagère. Élaboré en concertation avec les 38 communes de l'agglomération, ce règlement est également travaillé en collaboration avec la CCI (Chambre de commerce et d'industrie), la CMA (Chambre de métiers et de l'artisanat), l'État, les associations, fédérations et commerces locaux. Grand Chambéry appelle à la mobilisation de ses usagers dans la construction de cet outil qu'ils devront s'approprier dans les années à venir. Chaque habitant

peut, par mail ou par courrier, déposer ses remarques, suggestions, voire recommandations pour faire du RLPI un outil viable, sensé et pérenne. ■



Le registre qui régit les publicités est ouvert aux habitants de l'agglomération. Photo : Grand Chambéry

ENCADRÉS DE L'ARTICLE

“ UNE FUTURE RÉGLEMENTATION PUBLICITAIRE

“ LE RLPI COMME OUTIL PARTICIPATIF DE DEMAIN !

En pratique

Site Internet : www.grandchambery.fr





L'ouverture d'un guichet dédié aux aides à la rénovation énergétique

Lundi 31 janvier, le conseil municipal de Montagnole s'est réuni. L'école, les aides à la rénovation énergétiques, les orientations budgétaires 2022, étaient au programme des discussions.

En préambule au dernier conseil municipal, le maire Jean-Maurice Venturini et Marie-Jeanne Baffour, adjointe aux affaires scolaires, ont rappelé la situation de l'école face à la pandémie.

Si celle-ci a été touchée, avec du personnel et quelques élèves contaminés, le fonctionnement a pu être assuré sans trop de dysfonctionnement. Celle-ci ne déplore que deux jours de fermeture de la cantine et de la garderie, ainsi que deux classes légèrement impactées.

Dans le domaine scolaire, le conseil a voté une allocation exceptionnelle de 1 000 € à la coopérative scolaire pour aider au financement d'une classe découverte organisée par l'école du 13 au 17 juin à Meyras en Ardèche sur le thème du cirque.

Relance du logement et aides énergétiques

Jean Foulon, adjoint chargé des travaux d'urbanisme a rappelé le nouveau dispositif d'aide à la relance de la construction durable (logement) de Grand Chambéry. Le montant de

l'aide est de 1 500 € par logement éligible. La commune a proposé 11 opérations d'ici août 2022, mais sans grand espoir, vu la spécificité des logements (opération de deux logements au moins).

Le maire a ensuite évoqué la mise en place d'un guichet unique proposé par le Département, afin de faciliter l'accès des particuliers aux soutiens financiers des collectivités pour la rénovation énergétique de l'habitat. Le montant des subventions varie de 200 à 300 € avec un maximum de 500 € par bénéficiaire et suivant la nature des travaux : isolation des parois, chaudière automatique au bois, remplacement d'un ancien appareil par un indépendant au bois.

Ouvertures de crédits en préalable au budget 2022

Catherine Mainier adjointe aux finances a expliqué qu'il est permis d'allouer des crédits avant le vote du budget 2022, à des opérations nécessaires en cours pour régularisation ou pour permettre une continuité.

Ainsi une ligne de crédits a été ou-

verte pour financer la phase 3 du projet d'aménagement du chef-lieu pour des études opérationnelles effectuées par le cabinet d'urbanisme Condition urbaine pour un montant de 23 130 € et une autre pour le renouvellement de matériel informatique à la mairie (1 980 €).

Un débat d'orientation sur le règlement local de publicité intercommunale (Grand Chambéry) a été présenté, mais au vu de sa situation géographique et sa population, Montagnole n'est pas concerné, il vise plutôt les grosses agglomérations de l'axe Aix-les-Bains, Chambéry et Montmélian. ■



Catherine Mainier et Jean Foulon sont intervenus dans leurs domaines respectifs, finances et travaux d'urbanisme.

Photo Le DL /J.B.

par Jacky Barthélémy



Sécurisation et études de travaux au menu du conseil municipal

Les élus du conseil municipal se sont réunis, mercredi 2 mars. Au programme, des travaux de sécurisation, une étude sur les travaux à mener sur la commune ou encore un appel aux dons pour l'Ukraine.

Ce mercredi, Brigitte Bochaton et l'ensemble des élus ont travaillé sur plusieurs points.

Un arrêté a été pris à l'unanimité pour l'opération de désherbage (tri et vente) d'une partie des livres de la bibliothèque. Si les livres jeunesse seront distribués au multi-accueil Tom Pouce et aux écoles, les livres adultes seront proposés au prix de deux euros ce samedi 5 au matin.

Une étude est en cours autour d'un périmètre instauré dans le secteur de la cascade pour garantir une densification harmonieuse avec un accès à tous les modes de déplacement, de stationnement et de sécurisation du carrefour Jean-Baptiste Richard/route de la Cascade/route de Bellecombette.

Cette étude permettra de lister les travaux à mettre en œuvre afin de sécuriser ce secteur et rendre possible l'accueil de nouvelles constructions et l'intensification des flux de mobilité urbaine. L'instauration de ce périmètre et les études réalisées permettront au maire de surseoir éventuellement à de nouvelles constructions.

Un règlement sur la publicité

Le deuxième point a été dédié au règlement national de la publicité avec un diaporama projeté sur les enjeux, les problématiques et les orientations politiques. Ce texte piloté par Grand Chambéry fixe les non conformités comme les enseignes sur les toits qui cachent les paysages, les chevalets en ville qui peuvent gêner les piétons ou les publicités de trop grandes envergures. Les orientations prises concernent le fait d'améliorer la visibilité des structures paysagères, les entrées de ville, les paysages ruraux... Pour la commune, il n'y a pas de problèmes mais elle reste vigilante sur les enseignes en hauteur.

Au sujet de l'éclairage public, les points lumineux poursuivent leurs conversions en ampoules Led. Un projet de baisser la luminosité de 40 % de 2 à 5 heures du matin pourra aussi faire baisser la facture d'électricité.

Les passages piétons pourraient être sécurisés

La sécurisation des passages piétons est à l'étude au sujet de l'éclairage et d'une signalétique. La ville requalifie aussi la rue du Granier au moyen d'une convention avec Grand Chambéry. Cette opération a pour but de dissimuler les réseaux aériens, la reprise du tapis d'enrobé et de favoriser le cheminement des piétons. La Direction de l'eau et de l'assainissement de Grand Chambéry a réalisé au préalable le renouvellement de la conduite d'eau potable ainsi que

des reprises sur le réseau d'assainissement.

Un appel à la solidarité pour l'Ukraine a été lancé

Le conseil municipal jeunes a un projet mémoriel pour une famille de la commune déportée il y a plus de 70 ans. Au cœur de ce projet, ils souhaitent visiter la maison d'Izieu durant les vacances de printemps et deux élus les accompagneront.

Enfin, la commune répond à L'Association des maires de France (AMF) et à la Protection civile, qui appellent à la solidarité nationale pour soutenir la population ukrainienne.

Avant le samedi 11 mars, chacun peut déposer en mairie des couvertures, vêtements chauds, produits d'hygiène, jeux d'enfants qui seront acheminés à la frontière ukrainienne.



<https://cdn-s-www.ledauphine.com/images/1F394393-E49F-4F29-A561-60B24A5AE575/FB1200/photo-1646403849.jpg>

Le conseil municipal s'est réuni, mercredi 2 mars dernier. Archives Photo Le DL



https://cdn-s-www.ledauphine.com/images/1F394393-E49F-4F29-A561-60B24A5AE575/NW_detail/title-1646403849.jpg



Le Règlement local de publicité intercommunal présenté aux élus

Lors du dernier conseil municipal, Émilie Dohrmann, adjointe au développement urbain, aux mobilités et à l'environnement, a présenté le Règlement local de publicité intercommunal (RLPI) de Grand Chambéry. L'idée était de montrer le travail réalisé et de soumettre aux élus les orientations générales de ce règlement. Ont été présentés, le cadre pour la publicité, le diagnostic publicitaire, la présentation et la hiérarchisation des enjeux, la structure du projet politique et ses orientations et le calendrier prévisionnel. Un travail spécifique va être mené à l'échelle de la commune dans les mois à venir. Cette présentation a été actée par le conseil municipal après

en avoir débattu. La délibération relative à l'exonération des droits de place pour l'année 2022 pour les emplacements du marché d'approvisionnement communal suite au contexte difficile lié à la crise sanitaire, a été adoptée à l'unanimité. ■



Émilie Dohrmann a présenté le Règlement local de publicité intercommunal (RLPI) de Grand Chambéry. Photo Le DL/D.U.

par Dominique Usseglio



INITIATIVE GRAND CHAMBÉRY CONCERTE SUR LES AFFICHAGES PUBLICITAIRES



En 2019, Grand Chambéry a engagé le travail sur l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi). Ce document d'urbanisme concerne notamment les panneaux publicitaires, les enseignes sur les devantures des commerces ainsi que les préenseignes (panneau indiquant la proximité du commerce), le mobilier urbain, les bâches et l'affichage d'opinion. Afin d'informer et d'associer le plus largement possible les habitants, cette démarche s'accompagne d'une concertation et de réunions publiques, étapes préalables à l'approbation du RLPi. Plusieurs réunions publiques ont déjà eu lieu et la prochaine se déroulera à Curienne, le 27 juin à 18 h, dans la salle polyvalente.



Publicité : loger tout le monde à la même enseigne

LES ÉLUS S'ATTAQUENT À LA PUB. LES NOUVEAUX RÈGLEMENTS LOCAUX SUR LES ENSEIGNES, PRÉ-ENSEIGNES ET PANNEAUX PUBLICITAIRES SONT PLUS SÉVÈRES. POUR FAIRE OUBLIER QUE LES PRÉCÉDENTS ÉTAIENT MAL APPLIQUÉS, OU PARCE QUE LES COMPORTEMENTS ONT ÉVOLUÉ ?

RÉALISÉ PAR PHILIPPE CLARET

Annemasse Agglo a adopté son règlement local de publicité intercommunal (RLPi) en 2021. Ce devrait être 2023 pour Grand Chambéry et Grand Annecy, et Grand Lac choisira de s'engager (ou pas) avant la fin de l'année. L'ensemble des collectivités mettent petit à petit à jour leur arsenal de contrôle des enseignes (qui indiquent l'emplacement d'un commerce, d'une activité, d'une entreprise), pré-enseignes (qui l'annoncent, quelques centaines de mètres ou quelques kilomètres avant) et panneaux publicitaires.

C'est que les collectivités doivent se mettre en conformité avec... le Grenelle de l'environnement : la loi du 12 juillet 2010 leur donnait dix ans pour cela. Si les élus ont pris leur temps, c'est que le sujet est délicat : il s'agit de trouver le meilleur point d'équilibre entre la promotion de l'activité économique, la protection des paysages, et la sensibilité des populations. Le collectif de citoyens qui, à Grand Chambéry, a demandé l'interdiction pure et simple des panneaux, cite un sondage TNS-Sofres de 2013 selon lequel 85 % des Français trouvent la publicité trop intrusive.

Si les élus ont tant attendu pour se conformer à la loi de 2010, c'est peut-être parce qu'elle est notablement plus restrictive. Elle interdit, par exemple, les

panneaux de quatre mètres sur trois dans les communes de moins de 10 000 habitants (hors unités urbaines de plus de 100 000 habitants), ainsi que toute publicité dans les secteurs protégés (sites inscrits, abords des monuments, parcs et réserves naturelles), et n'autorise que les pré-enseignes hors agglomération.

Mais se doter de nouvelles règles répond à d'autres besoins. D'abord celui de faire enfin respecter la réglementation. Élus, techniciens, afficheurs eux-mêmes, tous sont d'accord pour reconnaître que ce n'est pour l'instant pas le cas. « En 2018, notre diagnostic a révélé que sur 1 217 dispositifs publicitaires,

Lumière !

Les nouveaux règlements prennent en compte les nouvelles techniques d'affichage lumineux et numérique. « Elles ne seront pas autorisées partout, et pas à n'importe quelle taille », prévient-on à Grand Annecy et Annemasse Agglo. Quant à l'extinction des feux entre 23 h et 6 h, c'est une règle nationale depuis... 2012.

« D'un extrême à l'autre »

« Ça va trop loin. » Philippe Girod, dirigeant d'Axo (1300 panneaux dont 900 éclairés en Haute-Savoie et Pays de Gex, groupe Girod Media), ne nie pas la nécessité de « nettoyer les paysages et dédensifier ». Mais il estime que « supprimer autant de panneaux va nuire à l'activité économique : si les annonceurs s'affichent, c'est que ça leur est utile ». Or, « Annecy a déjà diminué d'un tiers le nombre des panneaux autorisés. Le Pays de Gex est allé encore plus loin. C'est trop, parce que cela casse notre modèle : il n'est plus possible d'organiser la répétitivité du message par exemple ». Que faudrait-il faire alors ? « Au moins 50 % des panneaux sont illégaux. C'est jusqu'à 80 % dans le Pays de Gex. Faisons-les tomber, cela permettrait déjà de faire le ménage, et ce qui reste suffirait. Les élus ont trop laissé faire pendant vingt ans, et veulent tout supprimer aujourd'hui. »

299 n'étaient pas aux normes. Soit près d'un quart, » affirme Denis Maire, vice-président à l'aménagement du territoire d'Annemasse Agglo. À Grand Chambéry, les Amis de la terre ont lu, dans le diagnostic publié en 2020, que 63 % des panneaux de l'agglomération n'étaient plus conformes. À Grand Annecy, ce serait « la moitié des dispositifs », selon Aurélien Modurier, conseiller délégué au numérique et au RLPi. La faute aux maires ? « Ce n'est pas simple pour eux d'attirer le lundi des commerçants et artisans pour faire vivre la commune, et le mardi de leur interdire de signaler leur activité », explique Jean-Bernard Massonnat, gérant de Reflex'Sign, cabinet conseil en signalétique à Brison-Saint-Innocent.

Est-ce pour cela que de plus en plus préfèrent s'en remettre à l'échelon intercommunal ? « Quatre communes seulement sur douze étaient dotées d'un règlement local de publicité [RLP] », rappelle Denis Maire. « Et, il faut bien le dire, chacun se débrouillait comme il pouvait pour le faire respecter. C'est pour cela qu'il nous a semblé utile d'élaborer ensemble un règlement intercommunal. »

Sur Grand Annecy aussi, « le RLPi va permettre d'harmoniser les règles sur l'ensemble des communes », confirme Aurélien Modurier. Grand Lac, en revanche,



Clarifier le paysage publicitaire...

ne s'est pas encore décidée : « Nous voudrions y voir plus clair sur un panorama juridique en évolution », assure Thibaud Guigue, vice-président en charge de l'urbanisme. « Le règlement national est déjà restrictif, mais traite les situations de manière uniforme. Or, notre territoire est très divers. Aux élus de décider, sans doute avant la fin de l'année, d'aller ou pas vers un RLPi. »

RÉDUIRE LE NOMBRE DE PANNEAUX

Un RLPi pour faire quoi ? Pour réduire le nombre des panneaux. Le futur règlement de Grand Chambéry est annoncé « plus restrictif que la réglementation nationale sur certains secteurs stratégiques tels que la cluse urbaine et les centres-villes et milieux urbanisés denses, les abords des axes majeurs d'entrée d'agglomération, les ensembles urbains patrimoniaux, les zones

d'activité économiques, les secteurs paysagers. »

« Nous venons de voter les orientations de notre schéma », détaille Aurélien Modurier, à Annecy. « Nous travaillons maintenant à leur traduction réglementaire et au zonage proprement dit. L'objectif est de préserver nos grands paysages, les zones naturelles et les centres urbains, notamment autour des monuments historiques. Mais aussi de mieux gérer les entrées de ville, et sans sacrifier les zones

résidentielles périurbaines. »

FAIRE ENFIN RESPECTER LA RÉGLEMENTATION

Tous nos interlocuteurs insistent sur la nécessité de, cette fois, faire respecter la réglementation. « Nous allons proposer de créer un service mutualisé pour la mise en œuvre de ce RLPi », explique Denis Maire. « Nous voulons prendre le temps d'expliquer, de conseiller, d'accompagner les socioprofessionnels. Grand Annecy également réfléchit à « mutualiser la fonction de l'instruction et du contrôle ». « Le besoin de mieux prendre en compte l'environnement est général », assure Jean-Bernard Massonnat. « Il faut mettre de l'ordre. On en arrive à ne plus lire le bâti, à ne plus trouver l'entrée d'immeubles masquée par des publicités... » Denis Maire le confirme : « Nous avons été favorablement surpris par l'ambiance

dans les réunions. La plupart des acteurs sont conscients que la qualité importe aujourd'hui plus que la quantité en matière de signalisation. Certains amenaient même de l'eau au moulin des élus : mieux vaut un joli totem devant des bâtiments bien tenus qu'un amas d'enseignes. Bien sûr, les afficheurs ne partagent pas ce point de vue, mais c'est vrai qu'ils en sont réduits à la portion congrue ! »

« Près de chez moi, une boulangerie est restée six mois sans enseigne, pour des raisons techniques. Elle n'a pas manqué au boulanger ! », conclut Jean-Bernard Massonnat. « Internet a changé la manière de trouver un magasin et les GPS rendent moins nécessaires les signalétiques sur site et les pré-enseignes. Je me suis occupé de la charte publicitaire de Chanaz, où il était facile de convaincre que le village ne perdrait pas en attractivité avec moins de panneaux ! » ■

« La qualité importe aujourd'hui plus que la quantité »

Denis Maire (Annemasse Agglo)

Les panneaux publicitaires lumineux dans le collimateur des militants écolo

Dans la nuit du vendredi 4 au samedi 5 novembre, des membres chambériens de Greenpeace et d'Extinction Rébellion ont mené une action dans le centre de Chambéry et dans le quartier du Laurier : ils ont cherché à recouvrir et éteindre des panneaux publicitaires lumineux pour demander, symboliquement, leur extinction définitive en vertu de la sobriété. Sur les affiches placardées, un QR code renvoyait vers la consultation publique

pour l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (LRPi) de Grand Chambéry. Dans le prolongement de cette action, samedi, des militants sont allés à la rencontre de commerçants pour discuter et essayer d'obtenir l'extinction des devantures et lumières. Certains n'y sont pas du tout opposés. ■



Deux ONG ont mené une action pour l'extinction des panneaux lumineux.
Photo Facebook Greenpeace

par J-F.c.



CHAMBÉRY

GRAND CHAMBÉRY

La réglementation d'affichage publicitaire remise en question

L'affichage publicitaire tel qu'on le connaît pourrait évoluer dans les années à venir. Lors du conseil communautaire du 10 novembre, les élus ont débattu à propos du Règlement local de publicité intercommunal. À l'entrée du bâtiment, un collectif manifestait pour demander davantage de restrictions.

Banderole bien en vue et tracts en main, déterminés à attirer l'attention des élus, une quinzaine de membres du collectif d'associations et de citoyens, composé de Greenpeace, Extinction rebellion ou encore Les Amis de la terre, se sont postés devant l'espace Belvarde de Challes-les-Eaux, avant l'ouverture du conseil communautaire, ce jeudi 10 novembre. Leur objectif : demander des mesures plus strictes en matière de réglementation de la publicité dans l'agglomération, puisque le sujet était à l'ordre du jour de la séance. « Au départ, nous voulions interdire les publicités. Après avoir échangé lors des réunions des parties prenantes consultées par Grand Chambéry, nous avons finalement décidé de demander la limitation des publicités », relate Loïc Blouin, bénévole du collectif d'associations. Certaines de leurs propositions ont d'ailleurs été prises en compte, dont la limitation des publicités numériques et l'intégration de zones blanches autour des écoles.

Fixer des obligations en termes de publicité

Le débat a continué entre élus durant le conseil pour préciser les orientations du Règlement local de publicité intercommu-



Le collectif d'associations et de citoyens s'est rendu devant la salle du conseil communautaire pour inciter les élus à entreprendre des restrictions supplémentaires. Archives Photo Le DL/S.C.

nal (RLPI), un document qui fixe les obligations à respecter pour l'installation de dispositifs de publicité et d'enseignes sur les 38 communes de l'agglomération. Pour le moment, le cadre est encore flou et reste en partie à définir, mais les élus souhaitent le rendre plus restrictif que la réglementation nationale sur certains secteurs.

Le projet a été lancé en 2019 avec un premier diagnostic visant à identifier les lieux de pollution publicitaire. « Nous avons identifié quatre zones distinctes, parmi lesquelles les parcs naturels, les centres-villes, le tissu résidentiel et les zones d'activités industrielles », énumérait la vice-présidente chargée de l'urbanisme et du droit des sols, Corine Wolff, lors de sa présentation. À partir de là, tout reste à construire. « On

peut imaginer modifier les hauteurs d'affichage, la typographie... Nous voulons veiller à la qualité des entrées de ville et adapter l'affichage aux paysages », affirme la vice-présidente. Les élus voudraient également travailler sur la mise en place de plages horaires d'extinction des panneaux publicitaires.

Les habitants appelés à participer

Si le projet semble encore balbutiant, quatre réunions de concertation ont déjà été organisées, et les habitants de l'agglomération sont invités à participer à la réflexion en faisant part de leurs remarques et suggestions sur internet ainsi que dans des registres de concertation mis à disposition dans les mairies jusqu'au mois de dé-

cembre.

Sarah CORTAY

Formulaire de participation : www.grandchambery.fr

Le club de handball fait face à un déficit de 58 000 euros

Ils ont touché le rêve du bout des doigts... Mais le retour à la réalité a été violent. Lors de la saison 2022-2023, le club Chambéry Mont-Blanc handball se qualifiait pour la coupe d'Europe. La participation à ce genre d'événement génère des frais supplémentaires, notamment liés aux charges d'organisation, c'est pourquoi le club a pu bénéficier d'une subvention exceptionnelle de la part des collectivités, à hauteur de 90 000 €. Des retombées économiques positives étaient envisageables à partir des 1/8^e de finale... Le club s'est finalement fait éliminer avant la phase de poule. Résultat : un déficit de 58 000 €. La structure a donc demandé une subvention supplémentaire aux collectivités, d'un montant global de 24 000 €, soit 8 000 € par collectivité pour ramener le déficit à 34 000 €. Les élus ont approuvé la demande de versement pour aider le club, en espérant qu'ils puissent, à terme, à nouveau amener Chambéry au-delà des frontières.

Une pétition pour limiter les espaces publicitaires

Un collectif veut faire interdire les publicités lumineuses et les publicités commerciales sur les abribus et à proximité des établissements scolaires et culturels dans l'agglomération.

A lors que les élus communautaires élaborent actuellement un Règlement local de publicité intercommunal (RLPI), le collectif d'associations regroupant Les Amis de la terre, Greenpeace, Extinction rébellion, Attac 73 et Paysages de France souhaite sensibiliser les citoyens sur les risques d'atteinte à l'environnement engendrés par certaines formes de publicité. L'interdiction des publicités lumineuses ainsi que des publicités commerciales sur les abribus et à proximité des établissements scolaires et culturels, l'harmonisation des règles pour les enseignes entre les centres-villes

et les autres zones sont quelques-unes des huit mesures que le collectif estime devoir être adoptées afin de respecter l'environnement.

Samedi 26 novembre au matin, sur le marché, en proposant au public la signature d'une pétition devant un panneau de 8 m², Élodie Remy, coordonnatrice de Greenpeace, expliquait : « Nous comptons en particulier montrer aux citoyens la démesure des publicités prévues au futur RLPI dont Grand Chambéry compte se doter très prochainement. »

D'autres actions sont prévues jusqu'à

l'adoption du RLPI qui devrait intervenir fin 2023. ■



Le collectif d'associations souhaite une limitation des panneaux publicitaires dans l'agglomération à 2 m² afin de limiter la pollution visuelle, de réduire l'encombrement de l'espace public et d'améliorer la sécurité des déplacements. Photo Le DL /P.B.

par Patrice Berthault



REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)
BILAN DE LA CONCERTATION

ANNEXE 2
Communication en ligne concertation RLPi



Règlement Local de Publicité Intercommunal

Dernière mise à jour le vendredi 2 décembre 2022

Grand Chambéry a prescrit l'élaboration de son Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) en mars 2019.

Les objectifs poursuivis et les modalités de concertation ont été définis dans le cadre de la délibération du 28 mars 2019 prescrivant l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Grand Chambéry.

SOMMAIRE DE PAGE

- **L'ACTUALITÉ DU RLPI**
- **LES DOCUMENTS**
- **QU'EST-CE QU'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL ?**
- **LES DISPOSITIFS ENCADRÉS PAR LE RLPI**
- **QUELS SONT LES OBJECTIFS POURSUIVIS PAR GRAND CHAMBÉRY ?**
- **LES GRANDES ÉTAPES DE L'ÉLABORATION DU RLPI**
- **LA CONCERTATION DU RLPI**

Qu'est-ce qu'un Règlement Local de Publicité Intercommunal ?

L'implantation des publicités, enseignes et pré-enseignes est soumise à une réglementation nationale : leur installation doit être conforme à diverses règles notamment concernant les emplacements, la densité, la surface, la hauteur, l'éclairage... et faire l'objet de déclarations ou d'autorisations préalables.

Le Règlement Local de Publicité intercommunal est un document d'urbanisme visant à trouver le juste équilibre entre la préservation du cadre de vie et des paysages, et la nécessaire visibilité des activités économiques, commerciales, culturelles ou associatives en respectant le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées.

A l'échelle des 38 communes de l'agglomération, le RLPi détermine par zones, les obligations à respecter pour l'installation des dispositifs de publicité, d'enseignes et pré-enseignes.

Il peut fixer des conditions d'installation plus restrictives que celles issues de la réglementation nationale. Le RLPi encadrera notamment les implantations, les formes, les dimensions, les couleurs, la densité, la typologie des supports ou encore le mode d'éclairage en fonction de zones définies (centre-ville, zones commerciales, espaces résidentiels...).

Il remplacera les RLP communaux dont certaines communes de l'agglomération sont dotées.

Les documents

2019 : prescription de l'élaboration du RLPi

Délibération du conseil communautaire, en date du 28 mars 2019 qui prescrit l'élaboration du RLPi et définit les modalités de la concertation.

2021 : synthèse du diagnostic

2022 : réunions publiques: diaporama de présentation et comptes-rendus de réunions

Les dispositifs encadrés par le RLPi

Le RLPi encadre l'implantation des dispositifs de publicité, enseignes et pré-enseignes, qui sont visibles des voies ouvertes à la circulation, et qui sont installés aussi bien au sein de propriétés privés que sur le domaine public :



PUBLICITÉ : « Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention »

Exemple : Publicité pour indiquer une promotion sur un article.

PRE-ENSEIGNES : « Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée » Elles peuvent être également apposées sur le terrain de l'activité.



Exemple : le nom d'un commerce sur un panneau indiquant la direction à suivre.



ENSEIGNES : « Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à l'activité qui s'y exerce »

Exemple : le nom d'un magasin au-dessus d'un pas de porte.

Le RLPi intervient sur les conditions d'implantation et le format des dispositifs de la publicité, d'enseignes et de pré-enseignes, mais ne peut pas intervenir sur le contenu du message publicitaire des dispositifs.

Quels sont les objectifs poursuivis par Grand Chambéry ?

Les objectifs du RLPi sont fixés par la délibération de prescription du 28 mars 2019.

La réglementation du RLPi poursuit un objectif de protection du cadre de vie tout en cherchant une adéquation avec le respect de la liberté d'expression, et les réalités économiques de la liberté du commerce et de l'industrie.

Il permettra d'être plus restrictif que la réglementation nationale sur certains secteurs stratégiques tels que la cluse urbaine et les centres-villes et milieux urbanisés denses, les abords des axes majeurs d'entrée d'agglomération, les ensembles urbains patrimoniaux hors Plan de sauvegarde et de mise en valeur (PSMV) de Chambéry et aire de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine (AVAP), les axes d'entrée de ville, les zones d'activités économiques, les secteurs paysagers... en réglementant tout ou partie des supports de publicité.

Les objectifs d'un règlement local de publicité prenant en compte la diversité du territoire de Grand Chambéry ont été définis en cohérence avec les orientations du PLUi HD approuvé en décembre

2019 et avec les différentes politiques publiques portées par l'agglomération. L'enjeu est de construire avec les communes, les habitants, les acteurs de l'agglomération, un outil de planification stratégique permettant d'adapter la réglementation nationale aux spécificités du territoire et concourant à :

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 (site patrimonial remarquable) 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 Coeur 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

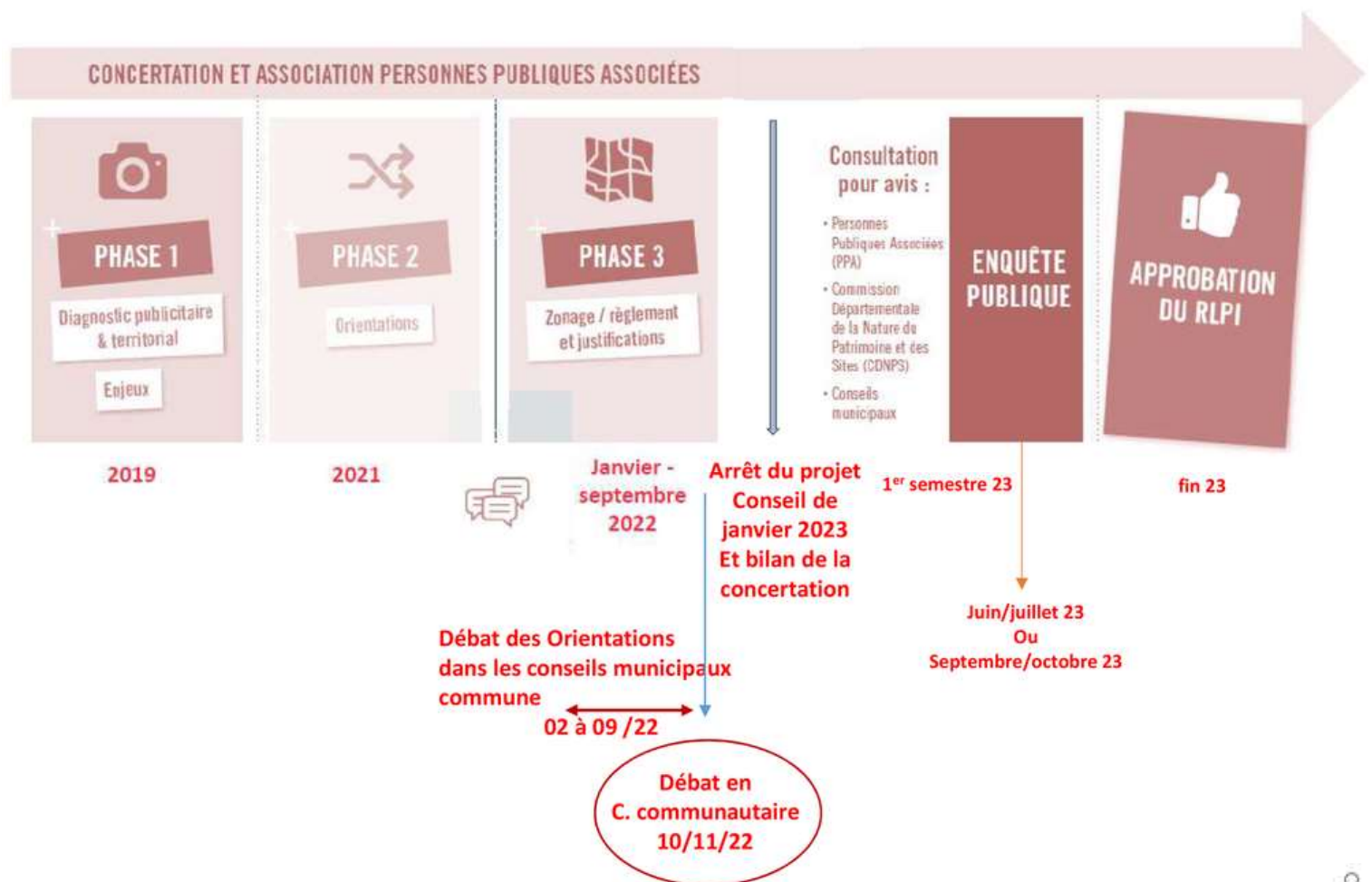
- Tenir compte des nouveaux dispositifs d'enseignes et de publicités liés notamment à l'apparition des nouvelles technologies de communication.
- Répondre aux besoins des équipements publics en leur offrant des outils de communication efficaces et adaptés.
- Prendre en compte les besoins spécifiques nécessaires à l'organisation de grands événements 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.

Les grandes étapes de l'élaboration du RLPI



La concertation du RLPI

Le RLPI est un projet de territoire qui nécessite une large concertation. Il s'agit à la fois d'informer les citoyens et professionnels de l'avancée du projet, mais aussi de nourrir son élaboration des avis et attentes de chacun.

Le Conseil communautaire a précisé les modalités de concertation dans sa délibération de
financement du projet en mars 2019.
Ainsi, tout au long de la procédure d'élaboration, des temps de participation seront organisés avec
les acteurs locaux : élus, habitants, commerçants, publicitaires, associations...
A cet égard, quatre réunions publiques ont été tenues en juin 2022

Vous souhaitez participer ?

Plusieurs possibilités vous sont offertes pour être informé et nous faire part de vos remarques lors de l'élaboration du RLPi :

- Cette page internet où seront mis en ligne les documents permettant de prendre connaissance des grandes étapes, du calendrier, des dates de réunions publiques ;
- Des articles dans le magazine communautaire et les journaux municipaux pour informer au mieux sur l'ensemble du territoire ;
- Des registres de concertation mis à disposition du public au siège de Grand Chambéry et à l'antenne des Bauges afin que chacun puisse librement faire ses remarques et suggestions ;
- Des réunions publiques et/ou des ateliers pour rencontrer les habitants et les acteurs du territoire ;
- La possibilité de transmettre vos observations par voie postale à :

M. le Président de Grand Chambéry
106 allée des Blachères
CS 82618
73026 Chambéry Cedex

- Par courriel à l'adresse suivante rlpi@grandchambery.fr
- Le formulaire de contact ci-dessous pour nous transmettre vos remarques :

Newsletter

Pour tout savoir des actualités de Grand Chambéry, abonnez-vous à nos lettres d'information :

- ☐ Agglo Infos
- ☐ L'actu des piscines

Mon courriel

ENVOYER

Captcha  *

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)
BILAN DE LA CONCERTATION

ANNEXE 3

Info presse sur les réunions publiques



INFO PRESSE

Date : 10/06/2022

De la part de la Direction de la communication
04 79 96 87 35 - communication@grandchambery.fr

Grand Chambéry organise 3 réunions publiques sur l'affichage

L'objectif du règlement local de publicité intercommunal

En 2019, l'agglomération de Grand Chambéry a engagé le travail sur l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi)

Ce document d'urbanisme **encadre l'implantation** (*dimensions, densité, éclairage...*) des dispositifs de publicité qui sont visibles des voies ouvertes à la circulation, et qui sont installés aussi bien au sein de propriétés privées que sur le domaine public. Sont concernés les panneaux publicitaires, les enseignes sur les devantures des commerces ainsi que les préenseignes (*panneau indiquant la proximité du commerce*), le mobilier urbain, les bâches et l'affichage d'opinion.

Le RLPi n'intervient pas sur le contenu du message des dispositifs publicitaires.

Ce document d'urbanisme vise à trouver le juste équilibre entre la préservation du cadre de vie et des paysages, la nécessaire visibilité des activités économiques, commerciales, culturelles ou associatives et les recettes perçues par les communes.

En outre, le futur RLPi assurera un traitement adapté de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de Grand Chambéry en prenant en compte la diversité des territoires de l'agglomération, de la cluse urbaine aux territoires ruraux et de montagne.

Conformément au projet d'agglomération adopté à l'unanimité en conseil communautaire le 3 février 2022, **le futur RLPi sera donc un outil au service de la préservation et du renforcement de la qualité de vie de notre territoire.**

**GRAND CHAMBERY
DIRECTION DE LA COMMUNICATION**

106 allée des Blachères – CS 82618 – 73026 Chambéry cedex - 04 79 96 87 35



grandchambery.fr



grandChambery



grandChambery



grandchamberyofficiel



grandchambery

Calendrier de la démarche

- 2019 : Diagnostic publicitaire et territorial, cadrage des enjeux en lien avec le PLUiHD
- 2021 : Définition des orientations
- 2022 :
 - Janvier à septembre : zonage, règlement et justifications, concertations et consultations
 - Décembre : arrêt du projet
- 2023 :
 - Enquête publique
 - Approbation du RLPi

Afin d'informer et d'associer le plus largement possible les habitants, **cette démarche s'accompagne d'une concertation et de réunions publiques**, étapes préalables à l'approbation du RLPi.

Les prochaines réunions publiques se tiendront à :

- **Chambéry**, maison de quartier du stade le 14 juin à 20h
- **Le Châtelard**, salle des fêtes, le 22 juin à 18h30
- **Curienne** annexe de la salle polyvalente, le 27 juin à 18h

Enfin, est disponible sur le site internet de Grand Chambéry :

- **Le 1^{er} diagnostic publicitaire du territoire** effectué en 2019
- **Un formulaire en ligne** permet aux usagers, associations et professionnels de faire part de leurs **questions, remarques et propositions**.

www.grandchambery.fr/rlpi

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)
BILAN DE LA CONCERTATION

ANNEXE 4

Compte-rendu des réunions publique juin 2022

Synthèse des réunions publique du RLPI
Juin 2022

Les objectifs :

- Présenter de **façon pédagogique** la démarche d'élaboration du RLPI et partager l'ensemble des modalités (planning, réglementation, concertation, etc).
- **Découvrir l'affichage extérieur** : de façon générale, mais aussi avec des exemples sur le territoire de Grand Chambéry.
- Avoir des **temps d'échange** avec l'ensemble des participants pour informer/sensibiliser.
- Indiquer les **enjeux et les orientations** validées, pour écouter de premiers retours venant du grand public.
- Indiquer les **premières trames de traductions règlementaires** pour écouter de premiers retours venant du grand public.

Déroulé :

- Présentation de la **démarche de Grand Chambéry : un RLPI** : quoi, comment ?
- A la découverte de la **réglementation de l'affichage extérieur**, dont une partie sous forme de quizz avec le grand public.
- L'affichage extérieur sur le territoire : quels **constats et quels impacts** ?
- Les **enjeux** d'affichage extérieur au sein de Grand Chambéry.
- Les **orientations**, le projet politique de Grand Chambéry : quelle vision de l'encadrement de l'affichage extérieure pour les prochaines années ?
- Les premiers **axes règlementaires** : quelle réglementation des affichages en termes de qualité, de quantité, d'éclairage des dispositifs ... et quel zonage sur le territoire.

Résumé des échanges sur la présentation :

Réunion du 7 Juin à Vimines :

- Une personne était présente, représentant un collectif de 5 associations : ATTAC Savoie, Amis de la Terre Savoie, Greenpeace Chambéry, Extinction Rébellion Chambéry, Conscience & Impact Ecologique.

Les questions :

Quelle est la procédure pour les panneaux non réglementaires existant sur le territoire ?

→ *Le respect de la réglementation en vigueur est garanti par des mesures de police, des sanctions administratives et des sanctions pénales. Les procédures sont schématiquement les suivantes :*

<i>Mesures de police</i>	<i>Sanctions administratives</i>	<i>Sanctions pénales</i>
○ Constat d'infraction via un procès-verbal ○ Arrêté de mise en demeure <i>Si le contrevenant n'a pas obtempéré à la mise en demeure :</i> ○ Astreinte par jour et par dispositif en infraction ○ Exécution d'office des travaux prescrits ou suppression d'office	○ Constat d'infraction via un procès-verbal ○ Transmission du PV au procureur de la République et au Préfet ○ Transmission du PV d'une copie au contrevenant ○ Echanges sur le projet de sanction avec le contrevenant <i>Si la violation des textes est établie :</i> ○ Prononciation de l'amende	○ Constat d'infraction via un procès-verbal ○ Transmission du PV au procureur de la République <i>En cas de poursuite :</i> ○ Prononciation de l'amende ○ Possibilité d'astreinte pénale par jour et par dispositif en infraction

Comment sont règlementées les pré-enseignes ? Comme des publicités ou comme des enseignes ?

→ *Les pré-enseignes sont considérées comme de la publicité et sont donc règlementées de la même manière. Le futur règlement sera divisé en deux parties distinctes, les règles relatives à la publicité et aux pré-enseignes et les règles relatives aux enseignes.*

Les enseignes lumineuses et enseignes lumineuses derrière une vitrine sont-elles encadrées par un RLPi ?

→ *L'article 18 de la loi Climat & Résilience du 22 août 2021 ouvre aux élus locaux la possibilité de prévoir via leur RLP des prescriptions techniques à respecter pour les publicités lumineuses et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique. Ces prescriptions, limitativement énumérées par la loi, sont définies par le RLP et peuvent porter sur les horaires d'extinction, la surface, la consommation énergétique et la prévention des nuisances lumineuses.*

Remarques diverses :

- Sur le diagnostic publicitaire et territorial disponible en ligne, la notion d'un RLPi obligatoirement plus restrictif que le RNP n'est pas très clair.

→ *Durant la réunion il a bien été rappelé qu'un RLPi ne peut se soustraire à la réglementation nationale. Il se doit d'être au minimum plus restrictif que celui-ci. Le RLPi peut en revanche permettre de réintégrer de manière raisonné la publicité dans les interdictions dites relatives. C'est le cas des deux parcs naturels régionaux présents sur le territoire.*

- La publicité, de par son rôle d'incitation à la consommation, est contraire aux enjeux de développement durable, nous incitons les élus à prendre en compte cet enjeu sérieusement. Une pétition en ligne a été mise en place à ce sujet.

→ *Les élus de Grand Chambéry sont conscients de cet enjeu et certaines décisions (interdiction du numérique, allongement de la période d'extinction de la publicité et des enseignes lumineuses, limitation de la densité des dispositifs...) dessinent un RLPi en accord avec les principes de préservation de l'environnement.*

Réunion du 14 Juin à Chambéry :

- 12 personnes étaient présentes à cette réunion, dont des représentants du collectif de 5 associations déjà représenté à la première réunion publique de Vimines.

Les questions :

Dans quelle réglementation s'intègre les panneaux associatifs ?

→ *Les panneaux dédiés aux manifestations temporaires liées aux associations (de type culturel), entre dans la catégorie « dispositifs temporaires » du règlement national de publicité.*

Les publicités et pré-enseignes sont-elles encadrées de la même manière sur le domaine privé et public ?

→ *Oui, le règlement national de publicité ne fait pas de distinction entre le domaine privé et public. Une publicité située sur un terrain privé sera donc règlementée par le futur RLPi.*

Qui porte le pouvoir de police sur le territoire pour le moment ? Toutes les communes n'ont pas de police municipale.

→ *Aujourd'hui, ce sont les maires qui exercent le pouvoir de police lorsqu'il existe un RLP ou RLPi (le pouvoir peut être transféré à l'intercommunalité), une infraction constatée peut alors être remontée au maire directement. Si ce n'est pas le cas, c'est l'Etat, via la DDT, qui exerce ce pouvoir. Le RLPi tend aussi à faciliter l'instruction partagée, qui sera plus claire à cette échelle.*

Comment justifier les 2 ans pour les publicités et 6 ans pour les enseignes de délais de mise en conformité une fois de RLPi approuvé ?

→ *Ce délai permet aux publicitaires de produire les nouveaux supports lorsqu'ils n'existent pas et aux professionnels d'engager les frais nécessaires au changement de leurs enseignes.*

Qu'est ce que le mobilier urbain exactement ?

→ *Le mobilier urbain est une installation implantée sur une dépendance du domaine public à des fins de commodité pour les usagers (poubelles, bancs publics, abris des services de transport en commun, indication du nom des rues, etc.). Le code de l'environnement reconnaît à certains types de mobilier urbain la possibilité d'accueillir, à titre accessoire, de la publicité dans des conditions spécifiques :*

- *les abris destinés au public ;*

- les kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial ;
- les colonnes porte-affiches ne supportant que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles (type colonne « Morris ») ;
- les mâts porte-affiches ;
- le mobilier recevant des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques dont une face reçoit de la publicité.

Comment fonctionne la notion « d'agglomération » ?

→ L'agglomération se définit comme l'espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (Art. R.110-2 du code de la route).

De la définition d'agglomération, il ressort qu'un dispositif publicitaire implanté en dehors des panneaux d'entrée (EB-10) ou de sortie (EB-20) est en principe interdit.

Dans la mesure où le maire est l'autorité chargée de délimiter, par voie d'arrêté, les limites de l'agglomération (Art. R.411-2 du code de la route), l'implantation des panneaux doit épouser les limites du bâti rapproché. On dit alors que la notion matérielle de l'agglomération (présence d'immeubles bâtis rapprochés) et sa notion formelle (les panneaux EB-10 et EB-20) se superposent. Pourtant, dans la pratique, il arrive que ces deux notions ne coïncident pas :

- soit que le maire n'ait jamais fixé les limites de l'agglomération ;
- soit que le bâti se soit progressivement étendu par l'effet de l'étalement urbain sans que le maire prenne un nouvel arrêté et sans que les panneaux d'entrée et de sortie aient été déplacés ;
- soit que ces mêmes panneaux aient été installés bien en amont (ou en aval) du tissu urbain.

Face à cette situation et en cas de litige, le Conseil d'État fait prévaloir la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti (CE, sect., 02/03/1990, Sté Publi-system, req. n°68134).

Pour identifier une zone agglomérée, le tissu urbain doit présenter une certaine densité. A contrario, un espace où les bâtiments sont éloignés les uns des autres n'est pas une agglomération. La preuve qu'un dispositif publicitaire est ou non implanté dans un espace comportant un ensemble d'immeubles bâtis rapprochés devra être apportée par tous moyens en cas de litige.

La notion de publicité numérique inclue-t-elle les dispositifs à l'intérieur des commerces ?

→ Oui, depuis la mise en place de la loi climat et résilience du 22 Août 2021, les dispositifs lumineux et numériques présents à l'intérieur des vitrines des magasins entrent dans le cadre réglementaire du RLPI.

Est-ce qu'un travail est fait en concertation avec les autres agglomérations (pour le cas de routes coupées/à cheval entre les autres agglomérations) ?

→ Les documents n'étant pas forcément existants ou élaborer sur la même échelle de temps entre les territoires il est compliqué de mettre les études en commun. Chaque collectivités riveraine est Personnes Publiques Associées à la procédure si elle le souhaite ce qui permet d'échanger lors de l'élaboration des documents.

Les manifestations culturelles et éphémères, exemple dans le cadre de « Odyssea », sont-ils inclus dans le RLPi ?

→ Ces préenseignes relèvent de la catégorie des préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. La réglementation nationale de la publicité précise qu'elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, les préenseignes suivent les règles applicables aux autres publicités. Dans les autres agglomérations et hors agglomération, elles peuvent être scellées au sol ou installées directement sur le sol si leurs dimensions n'excèdent pas un mètre en hauteur et un mètre cinquante en largeur et si leur nombre est limité à quatre par opération ou manifestation.

Remarques diverses :

- Le collectif d'association présent qui souhaite échanger avec le Grand Chambéry sera-t-il sollicités dans la suite de la procédure ? Oui, Grand-Chambéry a invité le collectif à la réunion PPC (personnes publiques consultées) qui s'est déroulée le 27 Juin.

Réunion du 22 Juin au Châtelard :

- 2 personnes étaient présentes à cette réunion, une ancienne commerçante et responsable de l'association de commerçants locale

Les questions :

Comment se déroule l'enquête publique ?

→ L'enquête publique permet au public de formuler un avis sur le projet de RLPi. Compte tenu de son objet, il s'agit de l'enquête dite « environnementale » régie par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du code de l'environnement. L'enquête publique est menée par un commissaire enquêteur ou une commission d'enquête selon l'importance du projet. Cette autorité indépendante et impartiale doit veiller à l'information et à la participation du public. La durée de l'enquête publique est comprise entre un et deux mois.

Les petites plaques situées en façade sont-elles considérées comme des enseignes ?

→ Oui elles sont considérées comme des enseignes en façade et sont donc à comptabiliser dans les calculs de surfaces des enseignes.

Réunion du 27 Juin à Curienne :

- Aucune personne n'était présente à cette réunion.

