

RLPm

Règlement Local de
Publicité métropolitain

Réponses aux avis de l'enquête publique

Octobre 2020



Sommaire

1	REPONSES AUX AVIS DES ASSOCIATIONS, AFFICHEURS, ORGANISMES, SYNDICATS, ETC.....	3
1.1	Remarques de l'Union pour la Publicité Extérieure (UPE) du 29 septembre 2020.....	3
1.2	Remarques de l'association Paysages de France du 22 septembre 2020.....	23
1.3	Remarques de JC Decaux du 1 ^{er} octobre 2020.....	39
1.4	Remarques des associations ANV cop 21 et ALTERNATIBA ORLEANS du 30 septembre 2020.....	44
1.5	Remarques de la Ville d'Orléans du 30 septembre 2020.....	47
1.6	Remarques de la société d'affichage Cadres Blancs du 1 octobre 2020.....	47
1.7	Remarques d'Atlantic Juris pour le groupe COCKTAIL VISION du 1 octobre 2020.....	50
1.8	Remarques d'Extinction Rébellion du 1 octobre 2020.....	52
1.9	Remarques du Syndicat National de la Publicité Numérique du 1 octobre 2020.....	55
2	REPONSES AUX REMARQUES DES PARTICULIERS.....	59
2.1	Remarques de M Jean Foulon du 23 septembre 2020.....	59
2.2	Remarques de M Nicolas CIOLKOVITCH du 26 septembre 2020	60
2.3	Remarques de Mme Dorothy REEVE du 29 septembre 2020	61
2.4	Remarques de M Jean-Louis DELFAU du 29 septembre 2020	63
2.5	Remarque de M Jean-Louis DELFAU du 29 septembre 2020.....	65
2.6	Remarques de M Patrice SORNIQUE du 1 octobre 2020	65

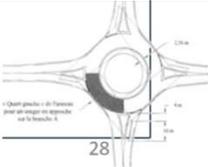
1 REPONSES AUX AVIS DES ASSOCIATIONS, AFFICHEURS, ORGANISMES, SYNDICATS, ETC

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPOSE
1.1 Remarques de l'Union pour la Publicité Extérieure (UPE) du 29 septembre 2020		
<p>Un recensement basé sur un échantillonnage ne permet pas de donner une vision globale de la présence réelle de la communication extérieure sur un territoire et de mesurer pleinement l'impact d'une réglementation</p> <p>Le rapport de présentation indique que 40% des dispositifs sont non conformes au règlement national de publicité (RNP), en occultant le maintien des anciens textes locaux en vigueur actuellement (RLP ante-Grenelle).</p> <p>Nous regrettons :</p> <p>1 / Le manque de définition de l'abréviation RNP, connue de quelques spécialistes de la profession et provoquant une fausse impression de la situation réelle actuelle.</p> <p>2 / Le rappel en bas de page et petit caractère des conditions réelles de « non-conformité ». Si l'on tient compte de la problématique du format, à ce jour, le taux réel de non-conformité s'élève à seulement 8%. NB, le cumul des infractions n'est pas équivalent au nombre annoncé de non-conformité au RNP (469 pour 553)</p> <p>3 / Que la communication extérieure, activité économique répondant à une réglementation stricte, soit assimilée à l'affichage sauvage, que nous condamnons formellement par ailleurs</p>	<p>Rapport de présentation</p>	<p>1/ Concernant le manque de définition de l'abréviation RNP, il est indiqué plusieurs fois au début du rapport de présentation la signification de l'acronyme. Afin d'assurer une meilleure compréhension pour les lecteurs non-avertis, la signification de l'acronyme pourra être intégrée tout au long du document.</p> <p>2/ L'analyse des non-conformités a en effet été réalisée au regard de la réglementation nationale (RNP) sans tenir en compte des RLP actuellement en vigueur sur le territoire. Dans le cadre de l'élaboration d'un document d'échelle métropolitaine, il s'agissait en effet de déterminer une base commune, qui s'affranchit de réglementations locales souvent plus anciennes que les dernières évolutions réglementaires en la matière (2012) et qui par ailleurs, ont vocation à devenir caduques à brève échéance.</p> <p>Concernant la problématique des formats, le taux de non-conformité vis-à-vis de la RNP n'est pas de</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>seulement 8 % mais de 29%.</p> <p>Concernant le problème de concordance entre le graphique et le tableau de non-conformité, les chiffres seront mis à jour dans la version finale du RLPm.</p> <p>3/ Le RLPm, notamment dans le cadre du diagnostic, traite de l'ensemble des dispositifs publicitaires (publicité et pré-enseignes) et des enseignes pouvant être recensés sur le territoire.</p> <p>Dans ce sens, aucune assimilation n'est opérée, chaque type de dispositif fait l'objet d'enjeux dans le cadre du dossier.</p>
<p>Le projet de RLPi ne présente aucune étude d'impact économique et social, tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux.</p>	<p>Rapport de présentation</p>	<p>Ce type d'étude n'est pas du ressort du RLPi. Le dossier est composé de l'ensemble des pièces définies et réglementées au code de l'environnement.</p>
<p>Problématiques : <i>Les RLP(i) sont élaborés suivant les dispositions des articles L581-14 et suivants du code de l'environnement. Ces dispositions renvoient également au code de l'urbanisme en termes de procédure d'élaboration ou de révision notamment.</i> <i>Le RLPi est un document réglementaire qui applique les dispositions du règlement national de publicité au niveau local (article L581-14 du code de l'environnement) : « L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme, la métropole de Lyon ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un règlement local de publicité qui adapte les dispositions prévues aux articles L. 581 9 et L. 581 - 10 .»</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Comme relevé, l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) est bien encadrée par le Code de l'Environnement.</p> <p>Le chapitre « Champ d'application du règlement » au rapport de présentation arrêté ne mentionne pas le code civil ni le code du patrimoine.</p> <p>Seul le code de la Route est mentionné pour indiquer qu'il existe des liens étroits avec certains articles de ce dernier.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>Ainsi, le RLP applique les dispositions du code de l'environnement mais sa procédure d'élaboration n'est pas encadrée par le code de la route par exemple. Par ailleurs, les références au code du patrimoine ou au code civil nous semblent superflues.</i></p> <p>Propositions Il convient de supprimer les références au code de la route, au code du patrimoine ainsi qu'au code civil et de modifier en ce sens le deuxième alinéa du paragraphe A reproduit ci-dessus.</p>		<p>La formulation sera toutefois ajustée.</p>
<p>Problématiques : <i>Une réglementation ayant de forts impacts sur toute une activité économique ne peut envisager d'être révisée à court terme et doit au contraire assurer une certaine stabilité juridique aux opérateurs concernés. S'interdire par avance toute évolution technologique peut être dommageable tant pour la collectivité, les citoyens que pour les opérateurs eux-mêmes.</i></p> <p>Propositions : Nous demandons la suppression de cette disposition.</p>	<p>Règlement</p>	<p>Cette disposition est édictée afin de prémunir le territoire de tout impact potentiellement dommageable quant au développement de technologie qui n'aurait pas encore été encadrée. Il est rappelé que le cas échéant, le code de l'environnement autorise les procédures d'évolution du document sur le modèle des documents d'urbanisme. Aussi, le RLPm pourra être modifié ou révisé au besoin pour assurer un encadrement adéquat de nouveaux types de dispositifs. Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>Problématiques : <i>De manière générale et pour une meilleure compréhension et situation des lieux, il pourrait être précisée une adresse (angle rue xxxxxx / rue xxxxxx). Certains axes voient la quasi-totalité de leurs carrefours intégrée à cette disposition, ce qui limite très fortement toute possibilité d'implantation entre deux intersections.</i> <i>La justification de cette sélection ne semble pas répondre à des contraintes environnementales. Cette sélection englobe en effet des intersections situées en zones économiques et commerciales (voir exemples pages suivantes).</i> <i>Une interdiction à 60 ou 30 mètres semble excessive au regard des prescriptions (voir ci-contre).</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limiter ces carrefours et giratoires aux seuls endroits nécessitant une protection environnementale particulière, en excluant notamment tous les lieux situés en zones économiques et limiter ce périmètre d'interdiction à 15 m. • Le guide pratique des aménagements des carrefours interurbains du ministère chargé de l'Équipement préconise qu'une vision complète du quart gauche de l'anneau (partie la plus sensible pour un véhicule entrant) est suffisante à 15 mètres (extraits ci-dessous). <p>Nous pouvons donc en déduire qu'un dispositif publicitaire placé 15 mètres en amont du rond-point ne gêne en rien la visibilité des indicateurs de rond-point et la circulation à l'intérieur du giratoire.</p>	<p>Règlement</p>	<p>Les carrefours et giratoires ont été identifiés par chaque commune, en fonction de leur contexte urbain et de la notion de qualité d'entrée de ville, d'accès ou de proximité à des secteurs patrimoniaux ou de transition au regard de la morphologie urbaine (densité, secteurs de faubourg, etc...).</p> <p>Les choix sont faits au regard d'un diagnostic qui prend en compte la concentration des panneaux existants et qui nuisent à la qualité des paysages urbains.</p> <p>Il est précisé que le mobilier urbain de type abribus uniquement reste autorisé dans ces secteurs. Ces dispositifs de mobilier urbain qui y sont implantés sont ainsi maîtrisés par la collectivité au niveau de leur densité.</p> <p>Cette demande sera étudiée et arbitrée lors des prochaines instances de formalisation du dossier.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>AMÉNAGEMENT DES CARREFOURS INTERURBAINS DES CARREFOURS PLANS septembre 2020</p> <p>• 1.3.2. VISIBILITÉ</p> <p>Les conducteurs qui abordent un carrefour giratoire doivent apercevoir les véhicules prioritaires suffisamment tôt pour leur céder le passage et éventuellement s'arrêter. Un grand triangle de visibilité n'est toutefois pas nécessaire ; la vision complète sur le quart gauche de l'anneau à 15 m (environ) de l'entrée, s'avère suffisante. 6</p> 		
<p>Problématiques :</p> <p><i>Ces dispositions vont – en réalité et sans réelle justification – bien au-delà des dispositions prévues dans le RNP : Nombre de dispositifs respectent d'ores et déjà la règle de non-dépassement de la ligne de l'égout de toit et répondent ainsi à la législation en vigueur.</i></p> <p><i>La rue comporte beaucoup « d'obstacles » naturels (végétation) ou techniques (poteau, mur, notamment) qui nous obligent à positionner les dispositifs de façon à garantir une parfaite visibilité aux annonceurs.</i></p> <p><i>Demander à déplacer de 0,50 m les dispositifs muraux entraînera que des contraintes économiques sans aucune plus-value environnementale (voir page suivante).</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous souhaitons vivement la suppression de cette disposition sauf en cas d'existence d'un chaînage sur le mur pignon. 	<p>Règlement</p>	<p>Le RLPm édicte ici une règle visant à assurer une qualité d'implantation des dispositifs muraux respectant notamment les supports bâtis sur lesquels ils sont amenés à s'inscrire. Cette règle est principalement définie pour être appliquée à tout nouveau panneau qui viendra s'implanter sur le territoire bien que conformément au droit, une mise en conformité pourra être demandée.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>Problématiques : <i>Nous regrettons la présence de trois hauteurs différentes suivant les communes. Or, un RLPI se doit d'être homogène et cohérent pour un territoire donné. La multiplication des règles d'implantation est un exemple concret d'une complexification souvent incompréhensible de la réglementation ayant un impact direct sur sa bonne application.</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous proposons de prévoir une règle de densité simple, aisément compréhensible et facilement applicable (par exemple : deux hauteurs en fonction des seuils de population) : <ul style="list-style-type: none"> - Villes de l'unité urbaine → 7,50 m ; - Villes – 10 000habitants hors unité urbaine : 4 m. 	<p>Règlement</p>	<p>Rappelons en préambule que le RLPm arrêté est issu d'un important travail mené avec l'ensemble des élus des différentes communes composant la Métropole aussi bien à travers le comité de pilotage que par des échanges bilatéraux, ateliers, etc.</p> <p>Cette méthodologie de travail et le dossier de RLPm en résultant a été élaborée dans le respect de la délibération de prescription qui expose clairement la volonté de répondre aux attentes de chaque commune pour ce premier document d'envergure métropolitaine.</p> <p>La règle est ici définie en lien avec la réglementation nationale qui expose les seuils de 7,5m et 4m selon les communes. Un palier intermédiaire fixé à 6m a été défini afin de renforcer l'intégration des dispositifs en réaction à plusieurs volontés politiques émises lors de l'élaboration.</p> <p>Les objectifs fixés à la délibération ont donc été parfaitement suivis sans toutefois complexifier particulièrement la règle que le règlement retranscrit par ailleurs clairement au sein du tableau.</p> <p>Cette demande sera néanmoins étudiée et arbitrée lors des prochaines instances de formalisation du dossier</p>

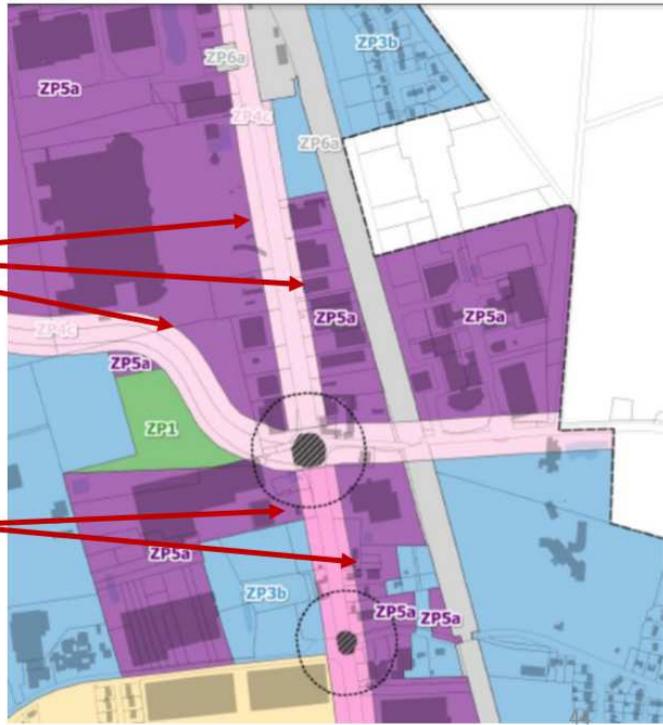
OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>Problématiques : <i>La présence de la publicité se doit d'être encadrée suivant un niveau de protection gradué en fonction de l'urbanisation et de sa destination. Au-delà du format, la règle de densité est la composante essentielle d'une bonne maîtrise de la communication extérieure. Etablir une seule règle pour un territoire aussi varié ne répond pas à l'esprit du RNP (règlement national de publicité).</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous proposons de permettre – dans les zones essentielles à la préservation d'une couverture homogène et qualitative que sont les axes structurants et les zones commerciales – la possibilité d'implanter deux dispositifs maximums sur des parcelles dont le linéaire sur rue est inférieur à 80 mètres. Ainsi, ces propositions demeurent plus restrictives que le RNP, conformément au code de l'environnement. • Dans ces zones à forte audience, le linéaire de référence pourrait être abaissé à 50 mètres. 	<p>Règlement</p>	<p>Suite aux débats qui ont eu lieu dans le cadre de l'élaboration, le choix a été fait de définir une règle commune à l'ensemble du territoire. L'objectif étant d'harmoniser la règle de densité des publicités sur l'ensemble du territoire.</p> <p>La prise en compte des spécificités sur le territoire se fait par l'édiction de règles différenciées en matière d'autorisation et de réglementations des typologies de dispositifs notamment.</p> <p>Cette demande sera étudiée et arbitrée lors des prochaines instances de formalisation du dossier.</p>
<p>Problématiques : <i>Cette disposition ne permet pas de conjuguer esthétisme environnemental et optimisation des implantations, notamment dans les portions courbes des voies routières et voies de sorties ou entrantes (voir illustration ci-dessous).</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Les portions courbes des voies n'étant pas propices à l'installation de dispositifs publicitaires, pour des raisons notamment esthétiques sur ces sites la plupart du temps sensibles, il n'est pas souhaité de modifier la règle qui répond dans sa rédaction</p>

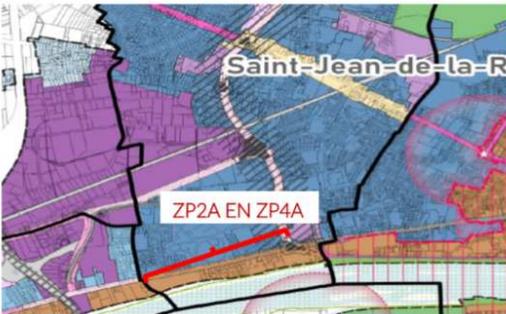
OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>La seule notion qui pourrait être retenue est celle de perpendicularité « visuelle » laquelle demeure toutefois complexe dans sa mise en œuvre.</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous vous suggérons de retirer cette disposition ou d'autoriser la possibilité d'implanter parallèlement ou perpendiculairement à une clôture ou à un mur pour améliorer l'intégration du dispositif dans son environnement. 		<p>actuelle aux enjeux de limitation des implantations sur ces espaces.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>
<p>Problématiques :</p> <p><i>L'implantation de palissade de chantier répond à un besoin de sécurité nécessitant des investissements importants pour des durées d'exploitation relativement courtes.</i></p> <p><i>La réalisation de palissade répondant à des critères de sécurité, d'esthétisme ou encore d'entretien ne peut se faire que si le modèle économique répond à une exploitation raisonnée du parc publicitaire pouvant être implanté sur ces palissades.</i></p> <p><i>Une standardisation des matériels et une uniformité de format doivent exister dans l'ensemble du territoire concerné afin d'intégrer les dispositifs issus des palissades chantier dans une offre globale dans l'agglomération.</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous proposons de retenir le format maximal prévu dans l'agglomération pour intégrer ces dispositifs dans le maximum d'offres commerciales, 8 m² d'affiche, dispositif total à 10,50m². • Nous proposons également de permettre l'implantation de plus de deux dispositifs afin de créer les conditions d'un financement des implantations de palissades. 	<p>Règlement</p>	<p>Le constat de sécurité et d'esthétisme est bien celui ayant amené la métropole à se positionner sur les règles édictées, et ce, afin de limiter les impacts visuels d'espaces dont la nature même perturbe d'ores et déjà l'environnement paysager concerné.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>Problématiques : <i>En application de l'article L 581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités afin d'anticiper tout type de besoin de communication à l'avenir par les acteurs locaux.</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> Nous demandons la réintroduction des bâches publicitaires dans la mesure où elles sont soumises à autorisation au cas par cas. 	<p>Règlement</p>	<p>Suite aux débats qui ont eu lieu dans le cadre de l'élaboration, le choix a été fait de définir une règle concernant les bâches publicitaires même si celles-ci sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. L'objectif pour Orléans Métropole était d'avoir une base commune pour l'ensemble des communes du territoire.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>
<p>Problématiques : <i>Les dispositions relatives à l'affichage de petit format procèdent d'une erreur de droit en tant qu'elles prévoient à cette activité des restrictions que la loi ne permet pas aux RLPi d'apporter. En effet, ces dispositifs sont régis par l'article L581-8, paragraphe III du code de l'environnement et par l'article R581-57 du même code. Un RLPi ne saurait donc restreindre cette activité ; il n'en a pas la compétence.</i> <i>L'article R581-57 du code de l'environnement dispose que : « Les dispositifs de petits formats mentionnés au III de l'article L. 581 - 8 ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés. »</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> Nous demandons l'application stricte du règlement national de publicité s'agissant de l'activité de petit format. Il conviendra de modifier en ce sens l'article 3.1.6 du projet de 	<p>Règlement</p>	<p>La règle sera modifiée et reprendra les modalités du code de l'environnement à travers l'article R581-57 et notamment les dispositions qui prévoient :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une surface unitaire inférieure à 1m² - Des surfaces cumulées ne pouvant recouvrir plus du 10^{ième} d'une devanture commerciale dans la limite maximale de 2 mètres carrés. <p>L'obligation d'implantation à plat ou parallèlement à la façade est maintenue.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
règlement.		
<p>Problématiques : <i>Un zonage de RLP(I) composé de 16 zones différentes de réglementation est bien trop complexe pour une bonne lisibilité et appropriation tant pour les opérateurs que pour les services chargés de sa bonne application. De plus, ces 16 zones sont à conjuguer avec les autres dispositions générales (tel que la hauteur des dispositifs variant suivant les communes, l'interdiction dans certains carrefours...).</i> <i>Seules 3 zones sur 16 autorisent les dispositifs « grand format » 8 m² d'affiche.</i> <i>Le seul domaine ferroviaire concentre 24% du parc actuel, parc destiné à disparaître totalement de par l'application du projet de RLPI.</i> <i>Au-delà de ces zones, 5% du parc sera à déposer du fait de positionnements dans les intersections réglementées.</i> <i>Le peu de parc positionné dans les zones d'activités est dû au découpage des zones (ZP4 / ZP5) – (la zone axe englobe une partie des zones commerciales).</i> <i>Un découpage de zones suivant les limites administratives de chaque commune s'apparente à un manque de cohérence territoriale, qui doit pourtant être l'idée directrice d'un RLPI.</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Les règles ont été déterminées en fonction du diagnostic et des enjeux identifiés ainsi qu'au regard des ambitions portées par la Métropole et les collectivités en matière de qualité du cadre de vie paysager.</p> <p>Dans ce sens la Métropole a travaillé à une armature réglementaire qui vient prendre en compte finement les différents enjeux comme l'illustre les 7 zones définies et leurs sous-secteurs. Dans chacune d'entre elles, les règles sont adaptées pour préserver la vie locale et les enjeux qui s'y mêlent qu'ils soient résidentiels, sociaux, commerciaux, liés aux déplacements, etc. Les typologies autorisées de même que leurs formats résultent ainsi de ces travaux.</p> <p>Par ailleurs, si plusieurs zones sont déclinées, la réglementation n'en reste pas moins claire puisque le règlement énonce pour chacune des zones les règles s'y appliquant pour chaque type de dispositif.</p> <p>Le zonage n'en est pas moins lisible non plus, puisque ce document cartographique permet une lecture à la parcelle des règles qui s'appliquent.</p> <p>Rappelons malgré tout qu'en lien avec les différentes remarques dans le cadre des</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		consultations PPA et de l'enquête publique, certaines modifications du règlement et de son zonage seront effectuées après étude et arbitrage lors des prochaines instances.
<p>Propositions concernant les ZP5a, ZP5b et ZP5c :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pour ces raisons, nous souhaitons la réintégration de la totalité des parcelles situées en zones commerciales en zones 5a, 5b et 5c. 	<p>Règlement</p>	<p>Les règles développées sur ces secteurs l'ont été au regard du diagnostic et des ambitions affichées par les collectivités et la Métropole.</p> <p>Pour chacune des zones, des supports restent autorisés, en ZP4c notamment, les supports sur mobilier urbain sont autorisés, en ZP4b les supports muraux le sont également et en ZP4a s'y ajoutent les dispositifs au sol.</p> <p>Par ailleurs, rappelons que d'autres dispositifs ne relevant pas du RLPm pourront être sollicités comme la Signalisation d'Intérêt Local (SIL) notamment pour assurer la localisation des entreprises.</p> <p>Rappelons malgré tout qu'en lien avec les différentes remarques dans le cadre des consultations PPA et de l'enquête publique, certaines modifications du règlement et de son zonage seront effectuées après validation, sans remise en cause de l'armature globale du RLPm.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>Une ZP5a sans aucun potentiel d'implantation</p>  <p>Une ZP5a avec un potentiel d'implantation très restreint</p> <p>UPE - septembre 2020</p>		
<p>Propositions concernant l'avenue Georges Clémenceau à Saint-Jean de la Ruelle: Au regard de son positionnement et de sa destination, nous suggérons une requalification de l'axe en ZP4a). En effet, dans une optique de cohérence territoriale, de recherche d'audience et de couverture géographique, cet axe correspond tout à fait à la définition de</p>	<p>Règlement</p>	<p>Le zonage a été déterminé en fonction du diagnostic et des enjeux identifiés ainsi qu'au regard des ambitions portées par la Métropole et les collectivités en matière de qualité du cadre de vie paysager.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>la ZP4a).</p>   <p><i>Saint Jean-de-la-Ruelle – Avenue Georges Clémenceau</i></p>		<p>Le choix de classer l’Avenue Georges Clémenceau de la commune de Saint Jean-de-la-Ruelle en ZP2A a donc été mûrement réfléchi.</p>
<p>Problématiques (en ZP2a) : <i>Nous reprenons ici nos observations relatives aux palissades de chantier formulées à la page 36 du présent document. De plus, la limitation de la publicité sur les palissades de chantier est accentuée par l’interdiction de la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence. Ces dispositions empêchent nécessairement toute implantation de palissade du</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Le constat de sécurité et d’esthétisme est bien celui ayant amené la métropole à se positionner sur les règles édictées, et ce, afin de limiter les impacts visuels d’espaces dont la nature même perturbe d’ores et déjà l’environnement paysager concerné.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>fait de la méconnaissance de son modèle économique.</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous demandons que la publicité sur les palissades suive les règles que nous avons proposées à la page 36 		<p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>Problématiques (en ZP2b) :</p> <p><i>Nous reprenons ici nos observations relatives aux palissades de chantier formulées à la page 36 du présent document. De plus, la limitation de la publicité sur les palissades de chantier est accentuée par l'interdiction de la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence dans le domaine privé.</i></p> <p><i>Ces dispositions empêchent nécessairement toute implantation de palissade du fait de la méconnaissance de son modèle économique.</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous demandons que la publicité sur les palissades suive les règles que nous avons proposées à la page36. 	<p>Règlement</p>	<p>Le constat de sécurité et d'esthétisme est bien celui ayant amené la métropole à se positionner sur les règles édictées, et ce, afin de limiter les impacts visuels d'espaces dont la nature même perturbe d'ores et déjà l'environnement paysager concerné.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>Problématiques (en ZP2c) :</p> <p><i>Nous reprenons ici nos observations relatives aux palissades de chantier formulées à la page 36 du présent document. De plus, la limitation de la publicité sur les palissades de chantier est accentuée par l'interdiction de la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence dans le domaine privé.</i></p> <p><i>Ces dispositions empêchent nécessairement toute implantation de palissade du fait de la méconnaissance de son modèle économique.</i></p> <p>Propositions :</p>	<p>Règlement</p>	<p>Le constat de sécurité et d'esthétisme est bien celui ayant amené la métropole à se positionner sur les règles édictées, et ce, afin de limiter les impacts visuels d'espaces dont la nature même perturbe d'ores et déjà l'environnement paysager concerné.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<ul style="list-style-type: none"> Nous demandons que la publicité sur les palissades suive les règles que nous avons proposées à la page36. 		
<p>Problématiques : <i>La publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence est interdite dans le domaine privé.</i> <i>Depuis de nombreuses années, les opérateurs ont su allier réduction drastique du parc et implantation de dispositifs qualitatifs de type « vitrine » permettant aux annonceurs de profiter d'une visibilité accrue par un éclairage par transparence.</i> <i>Les investissements réalisés par les opérateurs ont permis une intégration optimale de ces matériels dans l'environnement par l'utilisation de matériaux adaptés.</i> <i>Les règles d'extinction doivent suffire à réguler l'éclairage des dispositifs.</i></p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> Nous suggérons de supprimer la disposition interdisant la publicité éclairée par transparence et de se référer uniquement aux dispositions prévues sur l'extinction lumineuse. 	<p>Règlement</p>	<p>Afin de préserver la qualité du cadre de vie et de réduire les consommations d'énergie, d'autant plus dans des zones résidentielles mixtes (ZP3a), le choix a été fait d'interdire les publicités lumineuses hors mobilier urbain.</p> <p>Le dossier ne sera donc pas modifié sur ce point.</p>
<p>Problématiques en ZP4 : <i>Le projet de RLPi de la Métropole d'Orléans prévoit un classement des axes en trois zones particulières, où seule la zone dite 4a) autorise la communication extérieure de grand format (8m² d'affiche).</i> <i>Comme vu précédemment, la communication extérieure se nourrit de l'audience développée sur chacun des axes alors fonction des déplacements des habitants</i></p>	<p>Règlement – Annexes zonage</p>	<p>Les axes ont fait l'objet d'une attention particulière dans le cadre du RLPm. Le diagnostic ayant permis d'effectuer et de poser plusieurs constats en matière de qualité du cadre de vie, un zonage et une réglementation spécifique ont été développés faisant suite à la volonté métropolitaine d'intervenir</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>du territoire.</i> <i>Le découpage des axes ne nous semble pas en cohérence avec deux éléments primordiaux dont doit tenir compte la réglementation intercommunale :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Une homogénéité sur l'ensemble d'un territoire ;</i> - <i>Une prise en compte d'éléments incontournables, le nombre de déplacements enregistrés.</i> <p>Propositions : Aussi, sont présentés en pages suivantes, les axes principaux de l'agglomération avec des données issues du Plan de Déplacement Urbain de la Métropole et des propositions de requalification d'axes en Zone 4a), permettant alors à la communication extérieure de pouvoir s'inscrire dans une logique d'audience métropolitaine. (<i>plusieurs suggestions émises : axe Saran, axe Faubourg Bannier, axe St Jean de la Ruelle – La Chapelle St Mesmin, axe Route de Blois à La Chapelle St Mesmin, Route Nationale à Ingré, rue Marcelin Berthelot à Fleury lès Aubrais</i>)</p>		<p>sur ces espaces. Les communes se sont ainsi saisies des outils réglementaires communs pour assurer une prise en compte optimale des enjeux paysagers et de cadre de vie sur leur territoire. Dans ce sens, la réglementation édictée a fait l'objet de nombreux échanges.</p> <p>Les propositions vont à l'encontre des objectifs ayant motivé le classement de ces voies.</p> <p>Rappelons malgré tout qu'en lien avec les différentes remarques dans le cadre des consultations PPA et de l'enquête publique, certaines modifications du règlement et de son zonage seront effectuées après étude et arbitrage lors des prochaines instances.</p>
<p>Problématiques (en ZP5a) <i>Comme déjà évoqué précédemment, il nous paraît important que l'intégralité des zones commerciales soit prise en compte afin que la communication extérieure puisse être présente dans ces secteurs.</i></p> <p><i>Interdire une visibilité depuis l'axe traversant ou menant à la zone commerciale revient à interdire la publicité au sein même de la zone commerciale.</i></p> <p>Propositions : La zone « axes » empiète sur la zone commerciale. C'est donc bien la réglementation « axes » qui s'impose aux zones commerciales :</p>	<p>Règlement</p>	<p>Les règles développées sur ces secteurs l'ont été au regard du diagnostic et des ambitions affichées par les collectivités et la Métropole.</p> <p>Dans les zones « axes », qui traversent les zones commerciales (ZP5a), des supports restent autorisés. En effet, en ZP4c (la zone « axe » le plus restrictive), les supports sur mobilier urbain sont autorisés, en ZP4b, les supports muraux également et en ZP4a, les dispositifs au sol s'y ajoutent.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>→ Il s'agit donc d'une limitation excessive, voire d'une interdiction déguisée dans une partie importante du territoire, notamment dans toutes les zones économiques.</p>		<p>Par ailleurs, d'autres dispositifs ne relevant pas du RLPm pourront également être sollicités comme la Signalisation d'Intérêt Local (SIL).</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>
<p>Problématiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Les dispositifs publicitaires sont interdits dans le domaine ferroviaire hors quais de gare</i> • <i>Ces dispositifs sont souvent implantés en milieu moins urbanisé, en avant de structure ferroviaire de type industrielle. Aussi, cette règle nous semble excessive au motif de la protection de l'environnement</i> • <i>Cette seule disposition sur les emprises SNCF impacte très fortement le parc de dispositifs publicitaires dans le territoire de la métropole. En effet, cela concerne près du quart du parc total.</i> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une maîtrise forte de la publicité sur le domaine ferroviaire peut permettre à la fois aux opérateurs d'être présents tout en conciliant la volonté des élus de protéger certaines zones sensibles. • Ainsi, dans l'ensemble du territoire SNCF compris dans les zones 3a, 4a et 5a nous vous proposons quelques règles simples d'application pour ce territoire : <ul style="list-style-type: none"> > 1 dispositif seul sur son emplacement ; > Interdistance de 80 mètres entre chaque dispositif ; > Interdiction à moins de 15 mètres de tout bâti d'habitation ; > Aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée. 	<p>Règlement</p>	<p>La Métropole développe une protection forte sur les espaces d'entrées de ville et de territoire qu'il s'agisse d'axes routiers ou ferroviaires. Ainsi les règles déclinées permettent de traduire cette ambition sur ces axes stratégiques, vitrines du territoire. La collectivité souhaite donc maintenir les règles.</p> <p>Rappelons malgré tout qu'en lien avec les différentes remarques dans le cadre des consultations PPA et de l'enquête publique, certaines modifications du règlement et de son zonage seront effectuées après étude et arbitrage lors des prochaines instances.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE										
<p>Problématiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> Le tableau reproduit ci-contre (pages 27-28 du projet de règlement) est relatif aux communes de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Orléans. Pourtant, il recense des communes de plus de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine d'Orléans ainsi que des communes de moins de 10 000 habitants appartenant à l'unité urbaine. <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> Il conviendra de modifier en ce sens l'intitulé du tableau des pages 27-78 du projet de règlement. Pour les communes de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Orléans : <p>Il sera admis un dispositif de 4m² par tranche de 20ml de palissade et 2 dispositifs au-delà, pouvant être éventuellement regroupés et ne pouvant s'élever à plus de 4m du niveau du sol.</p> <table border="1" data-bbox="349 1010 842 1145"> <thead> <tr> <th>Communes</th> <th>Format maximum des publicités sur palissade de chantier</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Boigny-sur-Bionne</td> <td>8 m²</td> </tr> <tr> <td>Bou</td> <td>4 m²</td> </tr> <tr> <td>Chanteau</td> <td>4 m²</td> </tr> <tr> <td>Chécy</td> <td>4 m²</td> </tr> </tbody> </table>	Communes	Format maximum des publicités sur palissade de chantier	Boigny-sur-Bionne	8 m ²	Bou	4 m ²	Chanteau	4 m ²	Chécy	4 m ²	<p>Règlement</p>	<p>Les titres seront adaptés afin de clarifier les propos réglementaires.</p> <p>Le dossier sera modifié.</p>
Communes	Format maximum des publicités sur palissade de chantier											
Boigny-sur-Bionne	8 m ²											
Bou	4 m ²											
Chanteau	4 m ²											
Chécy	4 m ²											
<p>Problématiques (lexique : clôture aveugle) :</p> <ul style="list-style-type: none"> La notion de « partie ajourée » utilisée pour qualifier les clôtures aveugles est source d'interprétation L'adjectif « ajouré » ne désigne pas uniquement ce qui est « ouvert » mais également ce qui laisse « passer 	<p>Règlement</p>	<p>D'après la définition du Larousse, le terme « ajouré » désigne une petite ouverture, motif d'ornementation percé à jour. Il ne s'agit donc pas d'élément laissant passer la lumière tels que ceux</p>										

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>la lumière ».</p> <ul style="list-style-type: none"> Or, un mur de briques de verre n'est pas considéré, au terme de la jurisprudence, comme une ouverture au sens du code de l'environnement. Il laisse néanmoins passer la lumière <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens. 		<p>mentionnés.</p> <p>La définition de clôture aveugle ne sera donc pas revue.</p>
<p>Problématiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Les palissades de chantier sont généralement réglementées par un arrêté préfectoral reprenant les dispositions figurant dans le règlement sanitaire départemental type. Ces dispositions peuvent être complétées par un arrêté municipal ou par les services de la voirie qui peuvent préciser aux entreprises les caractéristiques des clôtures à installer.</i> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> Afin de ne pas contrevenir aux règlements de voirie existants ou à venir, il est nécessaire de ne pas limiter les palissades à « une clôture constituée de panneaux pleins et masquant ». Il conviendrait de compléter la définition comme suit : « Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé ». 	<p>Règlement</p>	<p>La définition de palissade de chantier pourra être modifiée dans ce sens.</p>
<p>Problématiques (Rétroéclairage : la source lumineuse est placée derrière l'objet éclairé et permet ainsi d'éclairer en soulignant l'enseigne) :</p> <ul style="list-style-type: none"> Nous notons une coquille rédactionnelle dans cette définition Il n'est ici que traité du cas des enseignes alors que cette définition concerne 	<p>Règlement</p>	<p>La mention des publicités sera ajoutée à la définition.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPOSE
<p>également les publicités.</p> <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens. 		
<p>Problématiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous notons une coquille rédactionnelle. Cette définition vise l'unité urbaine de Fontainebleau et non d'Orléans. <p>Propositions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens. 	<p>Règlement</p>	<p>Cette erreur rédactionnelle sera corrigée dans la version finale du RLPm.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
1.2 Remarques de l'association Paysages de France du 22 septembre 2020		
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations : <i>L'élaboration d'un RLP(i) ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>la transition écologique, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique nécessitant que les mesures prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et, notamment, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés</i> - <i>la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage, causes majeures de la destruction des ressources de la planète, qui de plus fragilisent et mettent en difficulté certaines catégories de la population.</i> - <i>la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité.</i> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique • Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs • Limiter au maximum les lumineux 	Règlement	<p>Des dispositions visant à intégrer le projet dans des objectifs de transition écologique plus globaux ont bien été intégrés au projet. A l'article 2.2, des règles d'extinction nocturne sont notamment fixées : « Les dispositifs lumineux doivent être éteints entre 23 heures et 6 heures. », ce qui est plus contraignant que la Réglementation Nationale fixant une plage horaire de 1h à 6h.</p> <p>Plusieurs mesures visent également à limiter les formats et la densité (ex : interdiction d'implantation ou limitation à 2 m² dans de nombreux secteurs tels que la ZP1, les ZP2, les ZP4, ZP6, interdiction des dispositifs en doublon). Ces restrictions visent à protéger les secteurs les plus sensibles et à diminuer progressivement l'affichage dans les secteurs aujourd'hui les plus impactés, tels que les zones économiques.</p> <p>Les dispositifs lumineux sont réglementés dans le cadre du RLPm. Une réflexion a été menée avec les élus afin de protéger les secteurs les plus sensibles tout en ne fermant pas la porte à des dispositifs nouveaux souhaités par plusieurs municipalités.</p> <p>Ainsi, le RLPm instaure désormais des règles particulièrement strictes sur une large partie du</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>territoire, engageant à terme une diminution des besoins en ressources.</p> <p>Rappelons enfin que la Métropole d'Orléans est pleinement engagée en faveur du climat et de la transition énergétique : en novembre 2019, le Conseil Métropolitain a approuvé à l'unanimité le Plan Climat Air Energie. Cette thématique est également particulièrement mise en lumière actuellement dans le cadre de l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme métropolitain.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations : <i>Il est en effet un droit sacro-saint, celui de tous les habitants d'un même territoire à bénéficier d'un même degré de protection de leur cadre de vie. Or prendre pour critère hiérarchisant la qualité supposée des lieux conduit inéluctablement à aggraver la situation dans certains des quartiers les moins bien lotis de ce point de vue et donc à favoriser les inégalités au lieu de les réduire. La mise en place d'un RLP selon cette logique ferait alors de la collectivité elle-même celle qui déciderait d'organiser la mise en place de mesures allant très exactement à l'encontre du principe d'équité. Les habitants résidant en ZP2 auront la chance de pouvoir bénéficier d'un environnement relativement protégé puisque toute publicité (hors mobilier urbain) y sera interdite. Par contre, les habitants de l'unité urbaine résidant en ZP3a, ZP4a et ZP5a n'auront pas cette chance : en plus de la pollution atmosphérique et de la pollution sonore liées au trafic automobile, ils devront côtoyer en permanence</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Le RLPm se doit de concilier différents enjeux qui peuvent apparaître parfois contradictoires à savoir préserver les ambiances paysagères de qualité mais aussi favoriser l'attractivité et la lisibilité des activités économiques et commerciales qui sont source de développement et de dynamisme territorial.</p> <p>La définition des zones, de leurs secteurs, et des règles associées prend en compte les caractéristiques des tissus et leurs vocations : strictement résidentiel, mixte, strictement économique ou commercial, etc. La grande diversité des tissus qui reflète l'organisation et le dynamisme</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>des panneaux de 10,5 m² aussi bien sur le domaine privé sur mur et scellé au sol que sur l'espace public.</i></p> <p>Préconisations : Afin que le principe d'égalité soit respecté au mieux et que les écarts éventuels entre les différentes zones soient réduits au maximum, Paysages de France propose :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qu'un format unique de 4 m² maximum soit appliqué sur l'ensemble des secteurs où la publicité n'est pas interdite (lieux mentionnés à l'article L.581-8 du CE) ; • Que la publicité scellée au sol soit proscrite là où le règlement national de publicité (RNP) l'autorise, à tout le moins qu'elle ne soit admise que dans des secteurs restreints et ne puisse dépasser 2 m² ni 2 m de hauteur. 		<p>du territoire ne peut ainsi conduire à l'édition de règles communes.</p> <p>Dans ce sens la Métropole a travaillé à une armature réglementaire qui vient prendre en compte finement les différents enjeux comme l'illustre les 7 zones définies et leurs sous-secteurs. Dans chacune d'entre elles, les règles sont adaptées pour préserver la vie locale et les enjeux qui s'y mêlent qu'ils soient résidentiels, sociaux, commerciaux, liés aux déplacements, etc. Les typologies autorisées de même que leurs formats résultent ainsi de ces travaux.</p> <p>Aussi, le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations : <i>Le futur règlement devrait avoir pour but principal de réduire la pollution et les multiples nuisances engendrées par la publicité extérieure. Ici, c'est l'inverse qui est préconisé, puisque le règlement propose d'installer de la publicité dans des lieux qui en sont normalement protégés.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8. • En cas de maintien de dérogations, il conviendrait à tout le moins d'exclure les dispositifs défilants 	<p>Règlement</p>	<p>Le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaître précisément l'état de l'affichage existant. Des dispositifs publicitaires, notamment de mobilier urbain sont implantés aux abords des monuments historiques. Il s'agit notamment d'abribus et de petits dispositifs supportant des plans de la ville. L'entretien de ces abri-voyageurs est assuré par le partenaire en mobilier urbain de chaque commune, dans la mesure où un équilibre financier est trouvé.</p> <p>La réintroduction des dispositifs publicitaires dans les secteurs mentionnés à l'article L.581.8 a donc pour but de maintenir une qualité de service et</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>d'entretien des abri-voyageurs. Les formats sont cependant limités à 2m² afin de préserver la qualité paysagère des abords.</p> <p>Les dispositifs déroulants potentiels n'entraînent pas d'impact majeur significatif, étant donné les contraintes d'ores et déjà formulées en termes de dimensions des dispositifs autorisés.</p> <p>Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations : Orléans Métropole sera l'une des seules collectivités de France à disposer d'autant de zones de publicités (ce ne sont pas moins de 16 zones qui ont ainsi été créées !), rendant le projet beaucoup trop complexe pour être appréhendé par les élus qui auront en charge de la valider. Le second objectif défini dans le projet est le suivant : « Harmoniser la réglementation locale sur le territoire, tout en tenant compte des spécificités des communes de la métropole. » Le 1er vice-président d'Orléans Métropole rappelle qu' « <i>il est donc nécessaire de trouver une cohérence globale</i> »[...] En l'état actuel, le projet ne répond aucunement à cette exigence fixée par une délibération du conseil métropolitain et son vice-président. En effet, seules ont été prises en compte les « spécificités des communes de la métropole », et la réponse « aux attentes et besoins de chacun ». A propos des règles édictées au sein des tableaux : « <i>La seule justification à ces distorsions ne peut être que l'alignement des règles du RLPm sur la situation locale afin de ne pas modifier les règles existantes et ainsi répondre à la</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Rappelons en préambule que le RLPm arrêté est issu d'un important travail mené avec l'ensemble des élus des différentes communes composant la Métropole aussi bien à travers le comité de pilotage que par des échanges bilatéraux, ateliers, etc.</p> <p>Sept zones composent le règlement et sont déclinées en sous-zones : ces dernières, si elles disposent de règles spécifiques n'en traduisent pas moins la prise en compte d'un même enjeu, parfois lié aux zones résidentielles, aux axes, à des zones commerciales, etc. Ces sept zones représentent bien l'armature principale de la déclinaison réglementaire du RLPm illustrant le principe de cohérence globale.</p> <p>Les sous-zones viennent quant à elles préciser des enjeux locaux, enrichissant même la prise en compte du paysage et sa préservation. Elles</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>demande des afficheurs de ne pas avoir à modifier leurs dispositifs ».</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revoir entièrement le plan de zonage pour aboutir à 5 ou 6 zones maximum. • Instaurer des règles à l'échelle de la métropole prenant en compte les seuils de population et l'appartenance ou non à l'unité urbaine. 		<p>illustrent les spécificités de la commune et la réponse aux attentes et besoins de chacun. Les objectifs fixés à la délibération ont donc été parfaitement suivis.</p> <p>Par ailleurs, les règles édictées ne se fondent en aucun cas sur l'état du parc publicitaire actuel. Si certaines communes présentent des règles adaptées qui diffèrent d'autres groupes de communes, cela résulte bien des volontés politiques soutenues par l'objectif de la délibération de répondre aux attentes de chacun.</p> <p>Ces remarques seront étudiées et arbitrées lors des prochaines instances</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations :</p> <p><i>Comme nous venons de le montrer précédemment, ce projet a pris en compte les demandes des communes et des afficheurs. Les personnes publiques consultées (dont Paysages de France fait partie) ont pu « bénéficier » d'une seule réunion au siège de la métropole, dans des conditions peu favorables (au sein de la cafétéria, la salle prévue initialement étant déjà occupée) ne permettant pas un dialogue très facile. Par contre les afficheurs, enseignants et commerçants ont pu assister à 6 réunions de concertation (le 14 janvier, le 15 mars, le 5 avril, 2 réunions le 23 mai et une dernière le 24 mai 2019).</i></p> <p><i>Orléans Métropole a eu la très bonne idée de demander l'avis des habitants sur son site internet. Les réponses sont claires : - 82 % des personnes ayant répondu considèrent les affichages publicitaires comme trop présents - 83 %</i></p>	<p>Conduite de la concertation</p>	<p>Précisons que ce sont deux sessions d'ateliers qui ont été organisés et non 6 ateliers comme le mentionne distinctement le bilan de concertation. Conformément à la législation en vigueur, l'association a été conviée à une réunion de présentation du dossier au même titre que l'ensemble des autres Personnes Publiques Associées.</p> <p>Comme rappelé précédemment, un important travail a été mené conciliant enjeux de paysage, de dynamisme économique et d'affichage en lien avec la structure des tissus composant le territoire</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>trouvent leurs dimensions trop grandes - 89 % sont opposés aux publicités numériques La prise en compte de ces demandes par la métropole est édifiante :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - des règles de densité trop laxistes (uniquement interdiction des doublons) - des dimensions maximum qui vont passer de 12 à 10,5 m² : amélioration quasi nulle (voir paragraphe suivant) - des publicités numériques sur mobilier urbain en ZP2, en ZP4, en ZP5 (jusqu'à 6 m²), en ZP6 et sur le domaine privé en ZP5 jusqu'à 6 m². Était-il vraiment nécessaire de demander leur avis aux habitants, étant donné la suite réservée à ces demandes pourtant clairement exprimées ? <p><i>Enfin, la page du site internet dédiée au RLPM, qui aurait pu être le support de nombreux documents, se trouve réduite à la portion congrue : page identique depuis le lancement du projet, et avant l'enquête publique, seuls ont été ajoutés 4 documents à télécharger, qui sont plus des documents de travail que le projet lui-même. A la suite de l'arrêt du RLPM en décembre 2019, Paysages de France a souhaité apporter sa contribution au projet : impossible de trouver la partie réglementaire sur le site internet. Refus de la responsable du projet à la métropole d'adresser cette partie réglementaire du RLPM à notre association, alors qu'il s'agit d'un document voté par le conseil métropolitain, donc accessible au public. A notre demande, le secrétariat d'Orléans Métropole nous a alors adressé ce projet, qui constituait une annexe à la délibération d'arrêt du RLPM.</i></p>		<p>métropolitain. Si certains secteurs autorisent la possibilité de panneaux dits « grand format », ou de dispositifs numériques, ces derniers restent restreints en cohérence avec les caractéristiques locales (exemples : zones d'activité commerciale...).</p> <p>De manière générale, la réglementation encadre désormais de manière beaucoup plus stricte l'affichage publicitaire et les enseignes sur le territoire.</p> <p>Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations :</p> <p><i>Le projet prévoit d'autoriser des publicités murales et scellées au sol de 10,5 m² en ZP3, ZP4 et ZP5. Or, l'un des objectifs du RLPM est de « Protéger les paysages urbains et naturels, par la limitation de l'impact des dispositifs publicitaires » Comment peut-il être possible d'atteindre cet objectif en acceptant l'installation de panneaux muraux et scellés au sol de 10,5 m² ? Une surface de 10,5 m², c'est le format désormais adopté nationalement par les afficheurs. S'y conformer</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Les publicités de format maximal de 10,5 m² sont restreintes aux seules sous-zones des zones denses et mixtes, des axes urbains structurants et des zones d'activités expressives soit ZP3a, ZP4a et ZP5a. Cela limite les possibilités d'implantation et répond aux enjeux locaux de ces espaces issus du diagnostic.</p> <p>Rappelons par ailleurs que la réglementation</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPOSE
<p><i>localement, c'est répondre à une demande de la profession, en entérinant les pratiques existantes, et non vouloir profondément améliorer le cadre de vie de nos concitoyens. Ces panneaux sont par ailleurs fréquemment éclairés par projection ou transparence et peuvent être déroulants, avec un effet est encore plus désastreux. Alors qu'une réduction à 4 m² n'empêcherait nullement la lecture du message avec un impact visuel bien moindre, rien ne peut justifier une taille de 10,5 m², hormis l'intérêt économique pour les afficheurs.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limiter à 4 m² la publicité murale dans les zones 3, 4 et 5. • Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activités limitées à 2 m² 		<p>nationale fixe un seuil maximal à 12m². Le RLPm est donc plus restrictif.</p> <p>Soulignons également que la surface annoncée est « maximale », elle peut donc être réduite.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations :</p> <p><i>Si l'on peut se féliciter de l'interdiction des doublons sur tout le territoire, l'absence d'autre règle plus contraignante que celle du RNP ne permettra pas une réelle diminution du parc d'affichage publicitaire. Seule une règle fixant un minimum de longueur d'unité foncière pour l'installation d'un panneau peut limiter la densité. En la matière, Orléans Métropole semble bien se plier au lobby de l'affichage publicitaire pour qui c'est le seul moyen de maintenir son chiffre d'affaire.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire tout dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le linéaire bordant la voie publique est inférieur à 30 m. 	<p>Règlement</p>	<p>La définition des règles du RLPm a pour objectif d'améliorer la qualité du cadre paysager de la métropole, tout en tenant compte de l'état du parc existant et de la capacité de mise en application du règlement. La suppression des doublons, du fait de leur nombre très important, aura un impact majeur en faveur du paysage métropolitain.</p> <p>Concernant la règle de densité le RLPm est plus restrictif que la réglementation nationale étant donné qu'il n'autorise qu'un seul dispositif scellé au sol sur les parcelles de 0 à 80ml</p> <p>Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations :</p> <p><i>Le projet autorise des publicités numériques sur mobilier urbain en ZP2, en ZP4,</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>La Métropole est consciente des enjeux liés au numérique telle qu'elle le mentionne d'ailleurs au</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>en ZP5 (jusqu'à 6 m²), en ZP6 et sur le domaine privé en ZP5 jusqu'à 6 m² Or, les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, font partie des dispositifs qui, outre leur effet de banalisation, ont le plus fort impact sur leur environnement ; L'effet perturbateur de ces derniers sur l'ambiance paysagère d'un lieu, du fait notamment d'éclairs (flashes) intermittents, est extrêmement violent ;</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire la publicité numérique, sauf éventuellement en zone d'activités, limitée à 1 m². 		<p>sein de l'orientation relative à l'encadrement de l'affichage lumineux sur le territoire.</p> <p>En cohérence avec cette orientation, les dispositifs numériques sont particulièrement encadrés au RLPm : les formats sont restreints à 2m² uniquement sur des typologies de mobilier urbain sur les sous-zones ZP2b, ZP2c, ZP4a, ZP5b et en ZP6 avec ici une autorisation uniquement sur les quais de gare.</p> <p>Seule la sous-zone ZP5a autorise des formats allant jusqu'à 6m², mais là encore, en cohérence avec les enjeux liés à ces zones d'activités commerciales et économiques majeures qui sont par ailleurs limitées sur le territoire.</p> <p>Rappelons par ailleurs que les règles d'extinction ont été élargies par rapport à la réglementation nationale (entre 23h et 6h) afin de limiter les consommations des dispositifs lumineux et numériques autorisés.</p> <p>Le dossier ne sera donc pas modifié sur ce point.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations :</p> <p><i>Aucune limitation de surface n'est prévue dans le RNP pour les bâches publicitaires, qui peuvent ainsi atteindre des tailles démesurées et générer une pollution visuelle maximale. Hormis dans les zones où le RNP interdit ces dispositifs, le RLPm autoriserait des bâches publicitaires de 4 m², d'autres de 8 m² et même sans limite de surface pour La Chapelle Saint-Mesmin ! Pour les</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Les bâches publicitaires sont des dispositifs soumis à autorisation du maire. Un refus de l'autorisation peut être émis sur simple motif de non intégration au paysage environnant. Ces bâches ne peuvent pas « atteindre des tailles démesurées » sans que leur implantation n'ait été validée en CDNPS. De plus</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>bâches de chantier, le RNP autorise 50% de leur surface pour la publicité. Ces dispositifs là encore gigantesques, visibles de très loin et systématiquement éclairés, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement. Orléans Métropole se contente ici de la règle nationale, en total contradiction avec l'orientation visant à limiter l'impact des dispositifs publicitaires.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire les bâches publicitaires (ou à limiter à 4 m²) Limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier 		<p>l'ajout de surfaces dans la majorité des communes permet un verrouillage supplémentaire et rend l'implantation de ces bâches publicitaires encore moins aisée.</p> <p>Concernant les bâches de chantier, une balance a été étudiée entre la temporalité du chantier et donc de la durée de vie de la bâche et le bénéfice des travaux réalisés. En effet, les bâches de chantier permettent souvent de financer une partie de travaux qui sans cela ne seraient pas lancés. La dégradation temporaire de l'environnement a ainsi été jugée moins préjudiciable à la métropole que la dégradation, dans la durée, de son patrimoine bâti.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations :</p> <p><i>Le Code de l'environnement n'impose aucune règle d'extinction concernant le mobilier urbain. Orléans Métropole avait en la matière une occasion unique de répondre à l'objectif qu'elle avait voté : « Favoriser l'adoption des règles visant la baisse d'intensité voire l'extinction nocturne des publicités, enseignes et pré-enseignes lumineuses. » Là encore, cette orientation restera un vœu pieux et les afficheurs pourront en toute quiétude inonder de lumière le territoire métropolitain, au mépris des mesures visant à lutter contre le gaspillage énergétique et au mépris des habitants qui ont droit à une ambiance nocturne durant la nuit ! Bien évidemment, les maires des communes ont le loisir de réglementer dans le contrat de mobilier urbain des règles d'extinction plus strictes. Il leur faudra toutefois s'armer d'un service juridique très compétent, car les recours des afficheurs ne tarderont pas s'ils s'avisent de vouloir les faire</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>Le mobilier urbain présente essentiellement deux formats utiles : le format de 2m² qui regroupe les abribus, mupi, sanisettes, kiosques, etc... et le format de 8m² regroupant essentiellement de plus grands panneaux destinés à offrir une information visible pour les automobilistes.</p> <p>Les abribus accueillent effectivement souvent de la publicité, car il s'agit pour les communes d'un moyen pour faire entretenir ces derniers et assurer ainsi un confort aux utilisateurs des transports en commun.</p> <p>Dans le cas des « mupi » ou « sucettes », il est</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>éteindre la nuit ! La métropole ne peut se défaire de ses responsabilités, c'est elle qui instaure le règlement de publicité, c'est elle qui doit assumer le suivi des orientations votées et décider des mesures qui en découlent. Dans sa réponse aux PPA, page 19, Orléans Métropole indique « Le mobilier urbain n'est pas soumis aux règles d'extinction nocturne, en accord avec le Code de l'Environnement. Cela s'inscrit dans une logique d'effet de sécurisation apporté par l'éclairage nocturne, notamment dans les abribus. » Justifier de cette manière l'éclairage de la publicité sur mobilier urbain est particulièrement acrobatique ! Ainsi les communes de la métropole ne disposeraient pas d'éclairage nocturne et pour rendre les abribus plus sûrs, il faudrait les laisser allumer toute la nuit, même s'ils ne servent plus ! Il est évident que les communes qui mettront en place cette mesure ne font que se soumettre au désir des afficheurs pour qui la publicité doit être vue par le plus de personnes possible et le plus longtemps possible, quitte à gaspiller l'énergie électrique nécessaire à leur fonctionnement.</i></p> <p><i>Le projet dans sa version actuelle prévoit d'autoriser, dans les agglomérations communales de moins de 10 000 habitants (n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Orléans), la publicité scellée au sol sur mobilier urbain. Une telle disposition est illégale et doit impérativement être corrigée. Il convient en effet de rappeler qu'en vertu des dispositions combinées des articles R.581-42 et R.581-31, la publicité sur mobilier urbain y est interdite dès lors qu'aucune des communes concernées ne fait partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. L'interdiction de la publicité sur mobilier urbain dans les communes de moins de 10 000 habitants est explicitement rappelée dans le guide juridique publié en 2014 par le ministère de l'Écologie. Cette interdiction est signalée par le rédacteur comme résultant d'une « erreur rédactionnelle ». Pour autant, contrairement aux erreurs avérées, toutes corrigées depuis par décret, cette erreur supposée n'a jamais fait l'objet d'une quelconque "correction". En tout</i></p>		<p>reproché dans l'observation que le plan de la ville soit localisé « au dos » et donc « beaucoup moins visible ». Cependant ces mupi, généralement implantés sur trottoir, ont une face destinée à être visible par les automobilistes et une par les piétons. Le plan de la ville a un intérêt pour les piétons mais ne serait pas exploitable par un automobiliste, il est donc positionné côté trottoir. Cela s'inscrit dans une logique d'utilisation du mobilier.</p> <p>Le mobilier urbain n'est pas soumis aux règles d'extinction nocturne, en accord avec le Code de l'Environnement. Cela s'inscrit dans une logique d'effet de sécurisation apporté par l'éclairage nocturne, notamment dans les abribus.</p> <p>Les formats imposés dans le règlement ont été déterminés afin de s'adapter au contexte urbain. L'impact paysager d'un format de 2m² dans une rue de centre-ville étroite et l'impact d'un 8m² le long d'une deux fois deux voies large sont finalement assez similaires. Les dispositifs de 8m² permettent à chaque ville de communiquer sur leur activité associative et événementielle et constituent donc un outil en faveur de leur dynamisme.</p> <p>Ces remarques ont été prises en compte et seront toutefois évoquées lors des prochaines instances.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>état de cause, il va de soi que la réglementation qui s'applique est celle en vigueur et non une quelconque réglementation « virtuelle ». En prévoyant d'autoriser la publicité sur mobilier urbain dans les communes où le Code de l'environnement l'interdit, le bureau d'étude intervenant est à l'origine d'un très grave défaut de conseil.</i></p> <p><i>Pour conclure, déployer du mobilier de 10,5 m² en ZP3, ZP4 et ZP5 serait faire preuve d'une grande désinvolture et d'un profond mépris pour les habitants de ces zones. Pire, aucune règle d'extinction nocturne n'étant proposée pour ces dispositifs, c'est le RNP qui s'applique, à savoir mobilier urbain allumer toute la nuit ! Comment une collectivité pourrait-elle justifier ce gaspillage énergétique ?</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limiter le mobilier urbain à 2 m² maximum dans toutes les zones • Interdire le numérique. • Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à une seule face. • Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation. Imposer une règle d'extinction nocturne de 23 h à 6 h. • Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants) • Interdire la publicité sur mobilier urbain dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à l'unité urbaine d'Orléans. 		
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations : <i>Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes » À titre d'exemple,</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>La réglementation proposée apparaît peu adaptable aux différents contextes urbains. En effet le format de 4m² apparaîtra extrêmement important sur un</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m² ! Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage. Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite. La limitation de la hauteur des lettres (de 30 cm à 2 m suivant les zones) ne permet pas vraiment de limiter la surface, et pourrait s'avérer particulièrement néfaste pour les enseignes en zones 4, 5, 6 et 7, puisqu'on pourrait rencontrer des enseignes très « aplaties » en hauteur mais particulièrement larges.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m² • Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m² 		<p>commerce de centre-ville et au contraire invisible pour un bâtiment de zone industrielle. La réglementation de la hauteur du bandeau est une mesure qui est déjà très restrictive comparativement à la réglementation nationale et qui apparaît mieux adaptée aux différents contextes du territoire.</p> <p>Toutefois, en lien avec d'autres remarques lors de la consultation PPA et de l'enquête publique, une attention sera portée à cette problématique ; le dossier pourra être modifié.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations : <i>Dès lors que l'activité en question ne s'y exerce plus (entre la fermeture et l'ouverture de l'établissement), l'enseigne n'a plus de raison d'être. Ce raisonnement prend toute sa force avec les enseignes lumineuses qui sont ainsi détournées de leur usage initial à des fins publicitaires. La règle d'extinction proposée (23 h – 6 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs. Dans sa réponse aux avis des PPA, Orléans métropole affirme que « L'éclairage des enseignes constitue d'un côté une dépense énergétique, mais participe de l'autre à l'animation des rues et espaces publics attenants. » Entre ces 2 objectifs contradictoires, choisir le second, c'est</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>La Métropole d'Orléans est pleinement engagée en faveur du climat et de la transition énergétique : en novembre 2019, le Conseil Métropolitain a approuvé à l'unanimité le Plan Climat Air Energie. Cette thématique est également particulièrement mise en lumière actuellement dans le cadre de l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme métropolitain.</p> <p>Si l'éclairage entraîne une consommation d'énergie, il n'en reste pas moins qu'il participe effectivement</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>clairement faire l'impasse sur la transition écologique à mener, et continuer à faire comme avant, sans se donner les moyens d'amorcer un quelconque changement.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture • Interdire les enseignes numériques. 		<p>à l'animation des rues et espaces publics attenants. La définition de l'horaire d'extinction a eu pour but de déterminer un équilibre raisonnable entre une dépense énergétique mesurée et le maintien d'une animation nocturne dans les rues de centre-ville.</p> <p>Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations :</p> <p><i>Les enseignes numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'elles soient murales ou au sol, sont considérés par les professionnels comme ayant le plus fort impact sur leur environnement. Leur effet sur l'ambiance paysagère des lieux, et cela à grande distance, n'est plus à démontrer. Leur "agressivité", du fait notamment de la puissance lumineuse diffusée et d'éclairs (flashes) intermittents tout particulièrement en fin de journée ou en soirée selon les saisons, est considérable. Il n'est donc pas étonnant qu'une étude conduite dans le Douaisis fasse état d'un « impact visuel de 700 % plus important qu'un dispositif traditionnel. » Ils aggravent en outre, et cela de façon très importante, la pollution du ciel nocturne. Ce sont également, de très loin, les dispositifs les plus accidentogènes. Ils sont enfin une cause de gaspillage énergétique d'autant plus choquante que ce gaspillage prend une allure ostentatoire. Diffusant des messages mobiles, animés et renouvelables en permanence, ils jouent désormais le rôle de publicités démultipliées, notamment sur l'emprise de certaines grandes et moyennes surfaces commerciales. Pour toutes ces raisons, nombre de communes interdisent purement et simplement sur l'ensemble de leur territoire les enseignes numériques. La limitation à 2 m² dans 2 zones de publicité déjà fortement polluées va aggraver plus fortement les impacts sur</i></p>	<p>Règlement</p>	<p>La Métropole est consciente des enjeux liés au numérique telle qu'elle le mentionne d'ailleurs au sein de l'orientation relative à l'encadrement de l'affichage lumineux sur le territoire.</p> <p>L'autorisation ponctuelle des enseignes numériques a pour but de faciliter le dynamisme commercial par un affichage plus dynamique. Elles ne sont autorisées qu'au sein des deux sous-zones d'axes urbains structurants et des zones d'activités commerciales expressives, soit dans des secteurs cohérents avec les tissus implantés.</p> <p>Rappelons par ailleurs que les règles d'extinction ont été élargies par rapport à la réglementation nationale (entre 23h et 6h) afin de limiter les consommations des dispositifs lumineux et numériques autorisés.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>l'environnement, tout en favorisant le gaspillage énergétique.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire les enseignes numériques. 		<p>Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations :</p> <p><i>Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés. Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue. Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers : - En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité. - En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence. La limitation à 6 m² dans les communes de plus de 10 000 habitants est nettement insuffisante pour contrer les effets négatifs de ces dispositifs. Orléans Métropole a pourtant bien compris l'inutilité de ces enseignes et comme Paysages de France souligne que « ces enseignes ont une réelle fonction dès lors que le bâtiment se situe en retrait du domaine public ou que l'établissement dispose d'un parking dont l'entrée est peu perceptible. » (Réponses aux PPA, page 22), soulignant implicitement l'inutilité de la majorité d'entre elles. Résultat : le règlement les autorise toutes, mais celles qui sont inutiles.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique 	<p>Règlement</p>	<p>Les enseignes au sol sont effectivement souvent utilisées à outrance par certaines activités qui les multiplient. Cependant ces enseignes (limitées à une par voie ouverte à la circulation par le Code de l'Environnement) ont une réelle fonction dès lors que le bâtiment se situe en retrait du domaine public ou que l'établissement dispose d'un parking dont l'entrée est peu perceptible. C'est pourquoi ces enseignes sont maintenues, dans le respect du Code de l'Environnement et sont limitées en surface selon chaque contexte à travers les règles édictées pour chaque sous-zone.</p> <p>Le dossier ne sera donc pas modifié sur ce point.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>Extrait de la remarque permettant de contextualiser les préconisations : <i>Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement. Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m², elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage. Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans leur centre-ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale. Une réflexion avait pourtant été menée par Orléans Métropole puisqu'on peut lire page 209 du rapport de présentation : « Les enseignes en toiture sont interdites en ZP6. L'impact visuel de ces dispositifs est très important, et une harmonie est recherchée sur l'ensemble du territoire métropolitain à ce sujet. Pour ces raisons, leur autorisation n'est pas souhaitable en ZP6. » Réflexion non aboutie puisqu'elle est contrebalancée par celle-ci : « Toutefois, elles sont autorisées en ZP5a constituant les polarités commerciales majeures du territoire, dans le but d'assurer une visibilité aux activités implantées. Une hauteur maximale est cependant fixée afin de limiter les impacts visuels et l'altération des volumes architecturaux » Ce dernier argument est totalement injustifié puisque s'agissant déjà de « polarités majeures du territoire », on ne voit pas en quoi il serait nécessaire de leur adjoindre ces dispositifs. La plupart des nouvelles zones commerciales interdisent purement et simplement les enseignes sur toiture, ce qui pour l'instant, ne semble aucunement freiner leur fréquentation.</i></p> <p>Préconisation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdire les enseignes sur toiture également en ZP5a, ou à défaut limiter à 8 m². 	<p>Règlement</p>	<p>La Métropole partage le constat concernant les enseignes en toiture. C'est bien dans ce sens que ces dernières sont autorisées uniquement en zones d'activités expressives, ce qui restreint fortement leur implantation. Leur hauteur est par ailleurs limitée à 3 mètres.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>



OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
1.3 Remarques de JC Decaux du 1er octobre 2020		
<p><i>Traiter le mobilier urbain de manière spécifique au sein du RLP m comme le fait le Code de l'environnement dans sa sous-section dédiée= lisibilité/sécurité juridique.</i></p> <p>Pour ce faire, il sera nécessaire de :</p> <p>1 / Prévoir un article 3.1.9 « Mobilier urbain publicitaire » à portée générale l'autorisant en toutes zones du RLPm : « Le mobilier urbain, support de publicité à titre accessoire, est autorisé en toutes zones du RLPm conformément aux dispositions prévues par la Règlementation nationale (articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement) et des dispositions prévues par le présent RLPm ».</p> <p>2/ A défaut, prévoir un article spécifique au mobilier urbain dans chacune des zones du RLPm.</p> <p>3/ En complément, intégrer une disposition précisant la spécificité du mobilier urbain au sein d'un article préliminaire au RLPm : « La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPm ».</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conséquences : tout article du RLPm non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui sera pas opposable. - Objectifs : lisibilité des textes et cohérence avec le Code de l'environnement... 	Règlement	<p>1 / Le RLPm traite bien de manière spécifique le mobilier urbain sur son territoire. Toutefois, suite aux débats qui ont eu lieu dans le cadre de l'élaboration du RLPm, le choix a été fait ne pas autoriser le mobilier urbain dans l'ensemble des zones du territoire. En effet, celui-ci est ainsi interdit en ZP1 et en ZP7.</p> <p>Dans ce sens, aucune sous-partie spécifique au mobilier urbain ne sera ajoutée dans la partie sur les « règles communes à toutes les zones ».</p> <p>2/ Des articles et des prescriptions sont déjà prévus pour chacune des zones du RLPm concernant les mobiliers urbains.</p> <p>Aucun ajout supplémentaire ne sera fait dans le règlement.</p> <p>3/ Le règlement RLPm fixe déjà les règles concernant les mobiliers urbains (zone où l'implantation est autorisée, surface maximum, ...). Dans ce sens, aucune modification ne sera apportée au document.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>En vue de parfaire la bonne compréhension du projet de RLPm, il convient de :</p> <p>1/ Préciser que les dispositions concernant les « dispositifs » dont la vocation est exclusivement publicitaire et de type scellés au sol, présentes au sein de chaque zone du RLPm (cf. dispositions relatives aux « dispositifs scellés au sol », notamment article 3.1. du RLPm) ne concernent pas la publicité supportée par le mobilier urbain alors support de publicité à titre accessoire.</p> <p>2 / Définir dans la partie « C – Principales définitions » du RLPm le terme de « dispositif publicitaire » comme suit : « Dispositif publicitaire : support dont le principal objet est de recevoir de la publicité »</p> <p>3/ Modifier la définition du « Mobilier urbain » insérée dans la partie « C – Principales définitions » du RLPm, celle-ci ne tenant pas compte du cas des mobiliers urbains d’informations à simple face et/ou déroulants (→ supprimer la mention « dont une face »)</p>	<p>Règlement</p>	<p>1/ Le RLPm prévoit bien une réglementation différente entre les « dispositifs à vocation exclusivement publicitaire de type scellés au sol » et le mobilier. Afin de faciliter la lecture du règlement, la mention « hors mobilier urbain » pourra être ajoutée au paragraphe concernant les dispositifs scellés au sol.</p> <p>2/ La définition des dispositifs publicitaires pourra être ajoutée au règlement dans la partie C.</p> <p>3/ La définition sera ajustée.</p>
<p>Nous relevons que le tracé de la zone ZP1 déborde des limites de la Place du Martroi et impacte deux emplacements de mobiliers urbains serviciels : - 1 colonne - 1 mobilier urbain digital</p> <p>En vue de pérenniser ces services rendus aux Orléanais, nous préconisons de redessiner le zonage de ladite place en reprenant les contours prévus dans le RLP actuel d’Orléans.</p> <p>N.B. : l’extrait du zonage RLPm ci-contre illustre la surcharge mentionnée ci-avant et témoigne du manque de visibilité du plan.</p>	<p>Règlement</p>	<p>Sur cet espace patrimonial et paysager emblématique du territoire, il a été fait le choix d’appliquer une protection stricte excluant tout dispositif publicitaire qui pourrait venir altérer les vues et perspectives et perturber la lisibilité des qualités de cet espace.</p> <p>Néanmoins, cette remarque sera toutefois étudiée et arbitrée lors des prochaines instances</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>Insérer une levée générale et expresse de l'interdiction relative de publicité à l'égard du mobilier urbain en zones ZP2a secteurs patrimoniaux urbains et ZP2b centres-villes historiques pouvant être rédigée comme suit : « Eu égard à sa fonction et parce qu'il ne supporte de la publicité qu'à titre accessoire, les cinq types de mobilier urbain publicitaire sont autorisés dans l'ensemble des secteurs listés à l'article L.581-8 I du code de l'environnement ».</p> <p>A défaut :</p> <ul style="list-style-type: none"> → potentielle remise en cause d'implantations de mobiliers urbains d'ores et déjà implantées dans ces secteurs → risque de rupture du service délivré par les mobiliers urbains aux Orléanais → Les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains risquent de ne plus pouvoir financer notamment l'information municipale et/ou les abris voyageurs. 	<p>Règlement</p>	<p>Le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaître précisément l'état de l'affichage existant. Le format et la typologie des dispositifs est donc adapté en fonction de chaque secteur du territoire métropolitain.</p> <p>Le RLPm prévoit déjà d'autoriser le mobilier urbain dans les ZP2a et ZP2b. La surface devra toutefois être limitée à 2 m² de surface utile, afin de limiter l'impact sur la qualité du cadre de vie et le paysage environnant.</p> <p>Le dossier ne sera pas modifié sur ce point.</p>
<p>1 / Exclure le mobilier urbain de l'application de la règle « PROTECTION DES RONDS-POINTS ET CARREFOURS (60m/30m) » prévue à l'article 2.4 du RLPm. L'alinéa 1er de l'article pourrait alors être modifié comme suit : « <i>Toute forme de publicité (publicités et pré-enseignes), et tous les dispositifs numériques y compris les enseignes (au mur ou sol), ne peuvent être implantés à moins de 60m ou 30m du bord extérieur (fil d'eau) de la chaussée des ronds-points et carrefours tels que figurés au plan. Seule la publicité supportée sur les abris-bus par le mobilier urbain reste autorisée dans ces secteurs</i> ».</p> <p>2/ Préciser que l'article 3.1.3 du RLPm relatif aux « dispositifs scellés au sol » n'est pas opposable au mobilier urbain support de publicité</p> <p>3 / Modifier le vocable présent au sein de chaque zone du RLPm propre au mobilier urbain, le mobilier urbain support de publicité à titre accessoire ne</p>	<p>Règlement</p>	<p>1/ Les carrefours et giratoires ont été identifiés par chaque commune, en fonction de leur contexte urbain et de la notion de qualité d'entrée de ville, d'accès ou de proximité à des secteurs patrimoniaux ou de transition au regard de la morphologie urbaine (densité, secteurs de faubourg, etc...).</p> <p>Les choix sont faits au regard d'un diagnostic qui prend en compte la concentration des panneaux existants et qui nuisent à la qualité des paysages urbains.</p> <p>Il est précisé que le mobilier urbain de type abribus uniquement reste autorisé dans ces secteurs. Ces</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>pouvant être assimilé à un « dispositif » exclusivement publicitaire. On ne peut donc écrire « dispositifs sur mobilier urbain ».</p> <p>4/ Supprimer la coquille présente en ZP4a, les dispositions relatives au mobilier urbain étant mentionnées deux fois et placés à tort sous l'intitulé « dispositifs scellés ou posés au sol ».</p>		<p>dispositifs de mobilier urbain qui y sont implantés sont ainsi maîtrisés par la collectivité au niveau de leur densité.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p> <p>2/Afin de bien différencier les dispositifs scellés au sol et les dispositifs sur mobilier urbain, la mention « hors mobilier urbain » sera ajoutée au titre de l'article 3.1.3 du RLPm.</p> <p>3/ Pour plus de clarté, le terme « dispositif sur mobilier urbain » sera remplacé par « Publicité sur mobilier urbain ».</p> <p>4/ Il s'agit d'un erreur matérielle. Les dispositions concernant les dispositifs scellés ou posés au sol sera revu dans le cadre de la version finale du RLPm.</p>
<p>Retirer l'ensemble de ces contraintes au RLPm afin de laisser libre choix aux communes de déterminer à l'avenir le mobilier urbain publicitaire qu'elles souhaiteront voir déployer sur leur territoire et d'autoriser le mobilier urbain d'informations jusqu'à un format de 8m² d'affiche.</p> <p>Retirer la mention de « mobilier urbain de type sucettes » et s'en référer uniquement au mobilier urbain d'informations prévu à l'article R.581-47 du Code de l'environnement</p>	<p>Règlement</p>	<p>Suite aux débats qui ont eu lieu dans le cadre de l'élaboration, le choix a été fait de définir une règle pour le mobilier urbain publicitaire afin d'avoir une base commune pour l'ensemble des communes du territoire.</p> <p>Par ailleurs, le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaître précisément l'état de l'affichage existant. Le format et la typologie des</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>dispositifs (notamment le mobilier urbain) sont donc adaptés en fonction de chaque secteur du territoire métropolitain.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>
<p>Autoriser le mobilier urbain numérique en zone ZP2a et le soumettre aux articles R. 581-42 à R. 581-47 du Code de l'environnement.</p> <p>Préciser que les limites de surface opposables au mobilier urbain numérique concernent la surface utile de l'écran (comme précisé en ZP6b) et le faire mentionner dans la partie relative au « Format des publicités sur mobilier urbain » présente au RLPM.</p> <p>Supprimer cette disposition : A défaut, la modifier comme suit : « <i>Dans la zone de publicité ZP2a, la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence est interdite, à l'exception de celle supportée par le mobilier urbain publicitaire</i> ».</p>	<p>Règlement</p>	<p>Comme indiqué précédemment, le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaître précisément l'état de l'affichage existant. Le format et la typologie des dispositifs (notamment le mobilier urbain numérique ou lumineux) est donc adapté en fonction de chaque secteur du territoire métropolitain et des volontés politiques. Dans ce sens, il n'est pas souhaité par la collectivité d'autoriser des dispositifs numériques en secteur patrimonial, de manière à protéger les caractéristiques remarquables de ces espaces.</p>
<p>La tableau inséré en page 11 du règlement comporte un certain nombre de coquilles rédactionnelles qu'il conviendra de corriger.</p>	<p>Règlement</p>	<p>Le tableau sera modifié dans la version finale.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPOSE
 <p><i>Extinction nocturne : Lorsque le mobilier urbain supporte de la publicité éclairée par projection ou transparence ou de la publicité numérique fixe, la règle nationale de l'extinction nocturne ne s'applique pas.</i></p>		
<p>A toutes fins utiles, il est à rappeler que les caractéristiques des matériels et conditions d'exploitation/d'entretien du mobilier urbain demeurent établies au contrat de mobilier urbain.</p>	<p>Règlement</p>	<p>Le règlement du RLPm n'a pas vocation à rappeler que des contrats de mobilier urbain peuvent être établis fixant les caractéristiques matérielles et les conditions d'exploitation/ d'entretien du mobilier urbain.</p> <p>Cette mention ne sera donc pas rajoutée.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPOSE
<p>1.4 Remarques des associations ANV cop 21 et ALTERNATIBA ORLEANS du 30 septembre 2020</p>		
<p>Nous vous demandons alors de prendre en compte nos observations dans l'établissement du RLPm :</p> <ul style="list-style-type: none"> En réduisant considérablement le nombre de panneaux publicitaires de toutes tailles dans notre métropole, particulièrement dans les zones résidentielles, 	<p>Règlement</p>	<p>Le RLPm se doit de concilier différents enjeux qui peuvent apparaître parfois contradictoires à savoir préserver les ambiances paysagères de qualité mais aussi favoriser l'attractivité et la lisibilité des activités économiques et commerciales qui sont</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<ul style="list-style-type: none"> • D'interdire et de demander l'enlèvement des panneaux publicitaires vidéo de la métropole, • De réduire le nombre de panneaux publicitaires (autres que ceux prévus pour la communication des Villes) dans les centres-villes des communes de la métropole, de favoriser les annonces publicitaires des acteurs locaux (commerçants, entreprises, associations ...). 		<p>source de développement et de dynamisme territorial.</p> <p>La définition des zones, de leurs secteurs, et des règles associées prend en compte les caractéristiques des tissus et leurs vocations : strictement résidentiel, mixte, strictement économique ou commercial, etc. La grande diversité des tissus qui reflète l'organisation et le dynamisme du territoire ne peut ainsi conduire à l'édition de règles communes.</p> <p>Dans ce sens la Métropole a travaillé à une armature réglementaire qui vient prendre en compte finement les différents enjeux comme l'illustre les 7 zones définies et leurs sous-secteurs. Dans chacune d'entre elles, les règles sont adaptées pour préserver la vie locale et les enjeux qui s'y mêlent qu'ils soient résidentiels, sociaux, commerciaux, liés aux déplacements, etc.</p> <p>Concernant spécifiquement le nombre de panneaux et leur taille, plusieurs mesures visent à limiter les formats et la densité (ex : interdiction d'implantation ou limitation à 2 m² dans de nombreux secteurs tels que la ZP1, les ZP2, les ZP4, ZP6, interdiction des dispositifs en doublon). Ces restrictions visent à protéger les secteurs les plus sensibles et à diminuer progressivement l'affichage</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>dans les secteurs aujourd’hui les plus impactés, tels que les zones économiques. Les règles dans les zones résidentielles (ZP3a, ZP3b, ZP3c) ont été adaptées au contexte de chacune de ces zones.</p> <p>Concernant les panneaux publicitaires numériques, le RLPm n’a pas vocation à interdire totalement cette typologie de dispositifs. Afin d’intégrer le projet dans des objectifs de transition écologique, diverses dispositions ont été prises. A l’article 2.2, des règles d’extinction nocturne sont notamment fixées : « Les dispositifs lumineux doivent être éteints entre 23 heures et 6 heures. », ce qui est plus contraignant que la Réglementation Nationale fixant une plage horaire de 1h à 6h. Le RLPm instaure désormais des règles particulièrement strictes sur une large partie du territoire, engageant à terme une diminution des besoins en ressources.</p> <p>Ainsi, en raison de l’importance apportée à la réduction des impacts liés à l’affichage publicitaire et aux enseignes, le dossier ne sera pas modifié sur ce point général.</p>

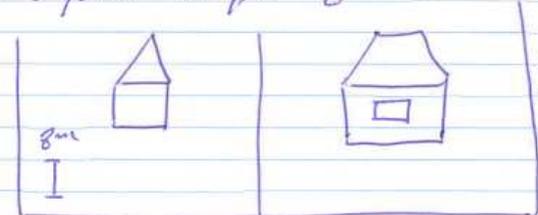
OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
--------------	----------------------------	---------



OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
1.5 Remarques de la Ville d'Orléans du 30 septembre 2020		
<p>A ce sujet, je souhaite émettre un avis favorable sur le projet de Règlement Local de Publicité Métropolitain, mais je sollicite l'intégration de modifications portant sur les points suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) La détermination de zones spécifiques pour les emprises des voies ferrées et de tramway traversant le territoire d'Orléans, n'apparaît pas pertinente. Dans un souci de cohérence, la Ville d'Orléans souhaite appliquer sur les emprises des voies ferrées et de tramway, les mêmes règles de publicité et d'enseigne que celles fixées par le zonage appliqué dans le quartier traversé et jouxtant ces voies. Il convient donc de supprimer les zones identifiées en ZP6a et ZP6b ; 2) Le zonage ZP3, secteurs résidentiels, retenu pour le secteur sur lequel est implanté CO'MET n'est pas adapté à l'activité de l'équipement. Aussi, la Ville d'Orléans demande la modification du zonage du secteur CO'MET en ZP5a, zones d'activités expressives. 	Règlement	<p>1) La définition des zones, de leurs secteurs et des règles associées prend en compte les caractéristiques des tissus et leurs vocations. C'est la grande diversité des tissus en présence mais aussi celles des axes et voies de déplacements qui les irriguent qui ont conduit à la formalisation, de manière partagée et commune, à l'armature réglementaire des 7 zones et de leurs sous-secteurs, distinguant notamment les axes de tramway et les voies ferrées. Cette demande fera ainsi l'objet d'échanges et de discussion au sein des instances avant approbation du document.</p> <p>2) Les spécificités de ce projet engagé seront étudiées afin d'assurer un zonage en adéquation avec ses besoins tout en assurant la préservation des tissus dans lequel il s'inscrit. Des modifications justifiées pourront alors être proposées pour l'approbation.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
1.6 Remarques de la société d'affichage Cadres Blancs du 1 octobre 2020		



OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>ST CADRES BLANC AFFICHEURS . le 1^{er} octobre 2020.</p> <p>Dépense de document graphiques - Plan de Zonage - Section et Litige Recherche faisant apparaître la perte de plus 12 m² et plus soit 70% de perte nette.</p> <p>Demande des rester sur un linéaire de 40 m² au lieu de 80 car lors des derniers réunions 40 m² était retenu,</p> <p>Enlever le linéaire de façade pour du prix des disjoints d'urgence</p> <p>Enlever le format 4 m² - Rester sur un même de consultation avec un format unique 8 m².</p>  <p>- Compte tenu de l'actualité économique déclinante nous souhaiterions une approbation en décembre 2021 par une mise en conformité en décembre 2023.</p> <p>DR BAUTUMEER Lionel</p> 	<p>Règlement</p>	<p>Le RLPm se doit de concilier différents enjeux qui peuvent apparaître parfois contradictoires à savoir préserver les ambiances paysagères de qualité mais aussi favoriser l'attractivité et la lisibilité des activités économiques et commerciales qui sont source de développement et de dynamisme territorial.</p> <p>La définition des zones, de leurs secteurs, et des règles associées prend en compte les caractéristiques des tissus et leurs vocations : strictement résidentiel, mixte, strictement économique ou commercial, etc. La grande diversité des tissus qui reflète l'organisation et le dynamisme du territoire ne peut ainsi conduire à l'édition de règles adaptées aux emplacements publicitaires existants.</p> <p>Dans ce sens la Métropole a travaillé à une armature réglementaire qui vient prendre en compte finement les différents enjeux comme l'illustre les 7 zones définies et leurs sous-secteurs. Dans chacune d'entre elles, les règles sont adaptées pour préserver la vie locale et les enjeux qui s'y mêlent qu'ils soient résidentiels, sociaux, commerciaux, liés aux déplacements, etc. Les typologies autorisées de même que leurs formats résultent ainsi de ces travaux.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
1.7 Remarques d'Atlantic Juris pour le groupe COCKTAIL VISION du 1 octobre 2020		
<p><u>Avis de Atlantic-Juris pour le groupe COCKTAIL VISION (01/10/2020)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Cette réalité en fait des équipements modernes permettant aux acteurs économiques de soutenir leurs activités via la publicité nécessaire à leur notoriété tout en permettant, parallèlement, de faire effectivement disparaître les alignements de panneaux classiques 4x3 tels qu'ils se sont développés, pendant des décennies, dans de nombreux secteurs. • Cette technique nouvelle constitue une véritable opportunité pour concilier les objectifs que sont, d'une part la préservation de l'environnement et du cadre de vie, et d'autre part la nécessaire communication commerciale comme support de développement économique, notamment. • L'appréhension de la publicité numérique par la Loi Grenelle II est l'illustration de l'attention particulière qui a été portée par le législateur, et à sa suite par le pouvoir réglementaire, à ces nouveaux équipements qui constituent, en réalité, une solution d'avenir en permettant un juste équilibre entre la nécessaire communication et la préservation du cadre de vie. • Reste, qu'en l'espèce, la possibilité offerte aux acteurs locaux de renforcer les contraintes nationales est parfaitement dévoyée puisque, en pratique, le RLPm en enquête empêche un exercice effectif du métier d'afficheur numérique. • En réalité, la démarche traduit une position dogmatique et de principe fondée sur aucun motif objectif ni aucune considération locale pertinente qui viendraient fonder une telle atteinte à la liberté du commerce et de l'industrie, la liberté d'expression des acteurs du secteur et des annonceurs. 	Règlement	<p>Le RLPm se doit de concilier différents enjeux qui peuvent apparaître parfois contradictoires à savoir préserver les ambiances paysagères de qualité mais aussi favoriser l'attractivité et la lisibilité des activités économiques et commerciales qui sont source de développement et de dynamisme territorial.</p> <p>Ce sont ces différents enjeux qui ont été pris en compte dans le cadre du diagnostic, à l'aide notamment d'un recensement des dispositifs existants.</p> <p>Les dispositifs numériques ont été traités au regard de leurs spécificités propres mais au même titre que les autres types de dispositifs publicitaires.</p> <p>Sur la base des constats établis, l'autorisation des panneaux numériques a été adapté en fonction de chaque secteur du territoire métropolitain.</p> <p>Par ailleurs, la Métropole est particulièrement sensible aux enjeux liés à la transition écologique et énergétique. Dans ce sens, le Conseil Métropolitain a approuvé en novembre 2019 à l'unanimité le Plan Climat Air Energie. Cette thématique est également particulièrement mise en lumière actuellement dans le cadre de l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme métropolitain.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<ul style="list-style-type: none"> • En réalité, au-delà de cet aspect, le RLPm en enquête traduit, de la part de ses rédacteurs, un défaut d'appréhension des règles de densité comme outils de régulation en alternative à l'interdiction. • En plaçant l'interdiction comme règle de principe, les rédacteurs n'ont pas appréhendé correctement l'un des principaux outils à leurs dispositions pour trouver le juste équilibre entre la préservation des libertés en jeux et celui de la préservation du cadre de vie au sens des dispositions de l'article L. 581-2 du Code de l'environnement précité. • Juridiquement, cette position dogmatique procède de l'erreur manifeste d'appréciation, de l'erreur de droit et de la violation grossière et parfaitement inadmissible des libertés en jeu. 		<p>C'est pourquoi sur la base de ces constats et des objectifs multi-sectoriels d'ores et déjà fixés au sein de ses autres domaines d'actions, la Métropole, à travers le RLPm instaure désormais des règles particulièrement strictes sur une large partie du territoire, engageant à terme une diminution des besoins en ressources (matériaux, énergie... autant en phase de production qu'en phase d'utilisation).</p> <p>Au regard de l'ensemble de ces considérations, il a donc été fait le choix, tout en maîtrisant les implantations, que le RLPm autorise l'installation de dispositifs numériques. Ainsi, les panneaux numériques de 2m² de surface utile sur mobilier urbain sont autorisés au sein de plusieurs sous-secteurs. De plus, des panneaux d'une surface totale de 6 m² maximum sont également autorisés en ZP5a, concernant les zones d'activités expressives.</p> <p>Comme le Code de l'Environnement l'autorise, le RLPm est donc plus restrictif que la réglementation nationale, en restreignant les possibilités d'implantation et lorsqu'ils sont autorisés, en encadrant les surfaces des dispositifs. Ces choix, issus des nombreux échanges techniques et politiques, ont été opérés au regard des différents objectifs et enjeux précités, participant à l'ambition globale d'amélioration du cadre de vie pour tous au</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>sein de la Métropole.</p> <p>La justification des choix effectués dans le domaine du numérique sera développée au sein du rapport de présentation pour approbation.</p> <p>Rappelons malgré tout qu'en lien avec les différentes remarques dans le cadre des consultations PPA et de l'enquête publique, certaines modifications du règlement et de son zonage seront effectuées après validation, sans remise en cause de l'objectif général de sobriété ayant guidé les choix.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
1.8 Remarques d'Extinction Rébellion du 1 octobre 2020		
<p><u>Avis de l'association extinction rébellion Orléans (01/10/2020)</u></p> <p>Nous vous demandons alors de prendre en compte nos observations dans l'établissement du RLPm :</p> <ul style="list-style-type: none"> • En réduisant considérablement le nombre de panneaux publicitaires de toutes tailles dans notre métropole, particulièrement dans les zones résidentielles, • En interdisant et en demandant l'enlèvement des panneaux 	Règlement	<p>Le RLPm se doit de concilier différents enjeux qui peuvent apparaître parfois contradictoires à savoir préserver les ambiances paysagères de qualité mais aussi favoriser l'attractivité et la lisibilité des activités économiques et commerciales qui sont source de développement et de dynamisme territorial.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>publicitaires vidéos de la métropole.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En réduisant le nombre de panneaux publicitaires (autres que ceux prévus pour la communication des Villes) dans les centres-villes des communes de la métropole, - de favoriser les annonces publicitaires des acteurs locaux (commerçants, entreprises, associations ...). 		<p>La définition des zones, de leurs secteurs, et des règles associées prend en compte les caractéristiques des tissus et leurs vocations : strictement résidentiel, mixte, strictement économique ou commercial, etc. La grande diversité des tissus qui reflète l'organisation et le dynamisme du territoire ne peut ainsi conduire à l'édition de règles communes qui conduiraient qui plus est à une interdiction totale d'affichage.</p> <p>Dans ce sens la Métropole a travaillé à une armature réglementaire qui vient prendre en compte finement les différents enjeux comme l'illustre les 7 zones définies et leurs sous-secteurs. Dans chacune d'entre elles, les règles sont adaptées pour préserver la vie locale et les enjeux qui s'y mêlent qu'ils soient résidentiels, sociaux, commerciaux, liés aux déplacements, etc.</p> <p>Concernant spécifiquement le nombre de panneaux et leur taille, plusieurs mesures visent à limiter les formats et la densité (ex : interdiction d'implantation ou limitation à 2 m² dans de nombreux secteurs tels que la ZP1, les ZP2, les ZP4, ZP6, interdiction des dispositifs en doublon). Ces restrictions visent à protéger les secteurs les plus sensibles et à diminuer l'affichage dans les secteurs aujourd'hui les plus impactés, tels que les zones économiques. Les règles dans les zones</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>résidentielles (ZP3a, ZP3b, ZP3c) ont été adaptées au contexte de chacune de ces zones.</p> <p>Concernant les panneaux publicitaires numériques, le RLPm n'a pas vocation à interdire totalement cette typologie de dispositifs. La Métropole est toutefois consciente des enjeux en matière de transition énergétique, enjeux d'ores et déjà intégrés au sein d'autres politiques comme le Plan Climat Air Energie Territorial approuvé en novembre 2019 ou encore au sein du Plan Local d'Urbanisme métropolitain actuellement en cours.</p> <p>C'est pourquoi diverses dispositions ont été prises pour encadrer ce type de dispositif.</p> <p>D'une part, à l'article 2.2, des règles d'extinction nocturne sont notamment fixées : « Les dispositifs lumineux doivent être éteints entre 23 heures et 6 heures. », ce qui est plus contraignant que la Réglementation Nationale fixant une plage horaire de 1h à 6h.</p> <p>D'autre part, les dispositifs numériques sont autorisés sur mobilier urbain d'une surface utile maximale de 2m² uniquement sur certains sous-secteurs et seule une zone, la ZP5a correspondant aux zones d'activités expressives autorise des surfaces allant jusqu'à 6m² maximum. Le RLPm est donc plus restrictif que la réglementation nationale en restreignant les possibilités d'implantation et en encadrant fortement les formats autorisés.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>Dans ce sens, le RLPm instaure désormais des règles particulièrement strictes sur une large partie du territoire, engageant une limitation des besoins en ressources et à terme une diminution de ces derniers.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
1.9 Remarques du Syndicat National de la Publicité Numérique du 1 octobre 2020		
<p><u>Avis du syndicat national de la publicité numérique (01/10/2020)</u></p> <p>Contexte : <i>La première tient au fait que les espaces ouverts à la publicité numérique sur le marché concurrentiel (c'est-à-dire hors mobilier urbain) par le règlement de publicité ont été réduites à peau de chagrin.</i></p> <p><i>Seule la ZP5a, comprenant des emprises pudiquement appelées « zones d'activités expressives » permet l'exercice de telles activités.</i></p> <p><i>Le nombre de zones classées en ZP5a est à la fois très limités, mais qui plus est, les voies de circulation longeant ces zones et les bandes de terrains situées de part et d'autre de ces voies de circulation sont régulièrement classées dans une</i></p>	Règlement	<p>1/ Les règles ont été déterminées en fonction du diagnostic et des enjeux identifiés ainsi qu'au regard des ambitions portées par la Métropole et les collectivités en matière de qualité du cadre de vie paysager. C'est dans ce sens que les typologies de dispositifs autorisées sont parfois restreintes comme le justifie le rapport de présentation. Toutefois chaque typologie de dispositifs est autorisée sur au moins un type de zone défini au présent RLPm.</p> <p>Par ailleurs, le RLPm a choisi de limiter l'implantation de publicités numériques que ce soit</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPOSE
<p><i>autre zone ou font d'autres sorte que le cumul des différentes règles conduit en réalité à rendre impossible toute velléité d'emplacements de dispositifs numériques.</i></p> <p><i>Par ailleurs, nous ne comprenons pas pourquoi les auteurs du RLPi souhaité que les panneaux numériques implantés au sein de cette zone aient un format différent du format national fixé par l'article R.581-41 du Code de l'Environnement, alors que ce format national est maintenu pour la publicité numérique sur le mobilier urbain et que le format national s'applique également pour les publicités lumineuses éclairées par projection ou par transparence.</i></p> <p><i>Quant aux quais de gare, qui sont expressément ouverts à la publicités numériques (ZP6a), il est de notoriété publique qu'ils font l'objet d'un monopole de la société JC Decaux dans le cadre d'un contrat passé avec la SNCF, s'ils n'échappent d'ailleurs pas purement et simplement au droit de la publicité extérieure.</i></p> <p><i>La seconde tient à l'inégalité de traitement entre les entreprises titulaires de contrats de mobilier urbain et les autres entreprises, dont nos adhérents.</i></p> <p><i>La publicité numérique peut, en effet, être exploitée sur l'ensemble des mobiliers urbains implantés sur le territoire métropolitain (moyennant une réduction de la surface nationale standard de 8 m² au sein des ZP1, ZP2a et b, ZP4a, ZP5 b et c, ZP6a et b), alors qu'elle ne peut être sur la marché concurrentiel qu'en ZP5a, moyennant une limitation de surface.</i></p> <p><i>Or l'impact de la publicité numérique sur le cadre de vie est rigoureusement identique, qu'elle soit implantée sur le mobilier urbain (notamment un panneau d'information générale que sur un panneau classique.</i></p>		<p>sur mobilier urbain ou sur des dispositifs scellés au sol, qui peuvent avoir un fort impact sur la qualité du cadre de vie, mais aussi en termes de préservation des ressources, notamment énergétiques. Comme précisé en réponse à d'autres remarques, la Métropole est consciente des enjeux énergétiques et de limitation des besoins en ressources, comme cela est d'ores et déjà transcrit au Plan Climat Air Energie territorial ou actuellement lors de l'élaboration du Plan Local de l'Urbanisme métropolitain.</p> <p>C'est pourquoi tout en définissant précisément les implantations des dispositifs numériques, ceux-ci sont autorisés dans certains secteurs.</p> <p>La justification des choix effectués dans le domaine du numérique sera développée au sein du rapport de présentation pour approbation, notamment afin de replacer ces choix dans le contexte métropolitain global.</p> <p>2/ Comme expliqué précédemment, les choix de règles par le RLPm (et notamment les règles concernant les formats) résultent à la fois du diagnostic réalisé sur le territoire et des volontés politiques. Les dispositifs numériques notamment ont un impact visuel très important. Ainsi, au regard du contexte territorial et de l'impact que peuvent avoir les publicités numériques de grand format (8</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p><i>Nous avons été surpris de lire dans le rapport de présentation que cette différence de traitement pouvait être justifiée par la logique de « test », alors que la technologie existe depuis près de quinze ans et que 12 dispositifs ont déjà été implantés par nos adhérents.</i></p> <p><i>La troisième tient à l'inégalité de traitement vis-à-vis des entreprises de publicité extérieure recourant à la technologie lumineuse éclairée par projection ou par transparence, notamment en ce qui concerne l'implantation le long des voies (ZP4 et ZP4b) et au sein des zones d'activités mixtes.</i></p> <p><i>La quatrième, que nous partageons certainement avec nos confrères afficheurs, concerne l'interdiction fixée semble-t-il « à la carte par la différentes communes aux alentours des ronds-points et carrefours, qui conduit à un gel aléatoire de nombreux emplacements stratégiques.</i></p> <p><i>Une commune comme Orléans ou Olivet n'a fixé aucune interdiction, certaines communes comme Saint Jean Le Blanc ou Saint Jean de la Ruelle ont fixé des interdictions sur la totalité des intersections des grands axes sur un linéaire de 60 mètres et d'autres ont panaché des interdictions sur 30 ou 60 mètres de linéaire.</i></p> <p><i>Ces restrictions aléatoires témoignant selon nous d'une approche empirique et non raisonnée de la notion de protection du cadre de vie.</i></p> <p>Demande de modifications : Compte tenu de tout ce qui précède, notre syndicat sollicite que le projet de RLPi soit modifié, de telle sorte que :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les entreprises de publicités extérieure soient à minima placées dans une situation d'égalité de traitement vis-à-vis des titulaires 		<p>m²), le choix a été fait de réduire le format à 6m².</p> <p>3/ Comme indiqué précédemment, les règles développées sur ces secteurs l'ont été au regard du diagnostic et des ambitions affichées par les collectivités et la Métropole.</p> <p>Dans les zones « axes », qui traversent les zones commerciales (ZP5a), les supports numériques hors mobilier urbain sont effectivement interdits. En raison des impacts visuels, du potentiel de perturbation entraîné par ces dispositifs sur des axes majeurs du territoire et en lien avec l'objectif plus global d'attachement aux enjeux énergétiques, les choix métropolitains se sont portés en faveur d'une réduction des possibilités d'implantation.</p> <p>Rappelons malgré tout qu'en lien avec les différentes remarques dans le cadre des consultations PPA et de l'enquête publique, certaines modifications du règlement et de son zonage seront effectuées après validation, sans remise en cause de l'objectif général de sobriété ayant guidé les choix.</p> <p>4/ Les carrefours et giratoires ont été identifiés par chaque commune, en fonction de leur contexte urbain et de la notion de qualité d'entrée de ville, d'accès ou de proximité à des secteurs patrimoniaux</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>des contrats de mobiliers urbains et des afficheurs traditionnels ;</p> <p>2. Que les règles de format nationales (8 m² cadre compris) soient maintenues, afin que les standards usuellement pratiqués soient respectés ;</p> <p>3. Que des espaces en nombre suffisant à l'échelle de la métropole puissent accueillir des dispositifs de publicité numérique le long, notamment, des principaux axes structurants et des zones commerciales ;</p> <p>Que les restrictions instituées aux alentours des ronds-points et carrefours soient levées.</p>		<p>ou de transition au regard de la morphologie urbaine (densité, secteurs de faubourg, etc...).</p> <p>Les choix sont faits au regard d'un diagnostic qui prend en compte la concentration des panneaux existants et qui nuisent à la qualité des paysages urbains.</p> <p>Il est précisé que le mobilier urbain de type abribus uniquement reste autorisé dans ces secteurs. Ces dispositifs de mobilier urbain qui y sont implantés sont ainsi maîtrisés par la collectivité au niveau de leur densité.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>



2 REPONSES AUX REMARQUES DES PARTICULIERS

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
2.1 Remarques de M Jean Foulon du 23 septembre 2020		
<p>On peut constater que certains panneaux publicitaires (cf RD 2020) sont éblouissants voire aveuglants surtout en fin de journée ou la nuit.</p> <p>Il s'agit de la santé des conducteurs notamment et même de sécurité routière ...car aveuglé, on risque l'éblouissement, la perte de contrôle du véhicule et l'absence de réflexes adaptés.</p> <p>Il est étonnant qu'il n'y ait aucune législation en ce domaine et aucune réglementation pour réduire leur luminosité en fonction de la lumière ambiante, comme sur la plupart des ordinateurs ou téléphones portables par exemple...alors qu'il s'agit d'un problème de santé publique et de sécurité routière.</p> <p>Peut-être faudrait-il faire évoluer la législation, non !</p> <p>Merci de me redire si cette remarque peut faire l'objet d'un retour au concepteur de panneaux publicitaires (extra) lumineux. Qui pourraient alors devenir (extra) lucides...</p> <p>Humour !</p>	Règlement	<p>Effectivement, à ce jour, la législation ne permet pas de réglementer la luminosité des panneaux numériques qui peut avoir un impact certain sur la qualité du cadre de vie.</p> <p>Toutefois, un travail important a été mené dans le cadre l'élaboration du RLPI afin de concilier les enjeux de paysage, de dynamisme économique et d'affichage en lien avec la structure des tissus composant le territoire métropolitain. Si certains secteurs autorisent la possibilité de dispositifs numériques, ces derniers restent restreints en cohérence avec les caractéristiques locales.</p> <p>La remarque émise sera transmise indirectement aux concepteurs accordant une attention aux retours de l'enquête publique.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
--------------	----------------------------	---------



OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
2.2 Remarques de M Nicolas CIOLKOVITCH du 26 septembre 2020		
<p>Avant cette enquête publique, j'avais signalé à la mairie d'Orléans que les panneaux publicitaires lumineux étaient énergivores, et visuellement polluants pour nous et aussi pour la faune.</p> <p>Pour exemple, celui situé au bord de la D2020, en face du Mac Donald's confirme ce que je pense, et en détournant l'attention des conducteurs, il peut être accidentogène.</p> <p>Depuis des années, le milieu urbain et surtout en périphérie est pollué par tous les supports publicitaires.</p> <p>Est-ce que la dépréciation immobilière est prise en compte pour un bien situé près de ces enseignes ?</p>	Règlement	<p>La Métropole est consciente des enjeux liés au numérique telle qu'elle le mentionne d'ailleurs au sein de l'orientation relative à l'encadrement de l'affichage lumineux sur le territoire.</p> <p>En cohérence avec cette orientation, les dispositifs numériques sont particulièrement encadrés au RLPm : les formats sont restreints à 2m² uniquement sur des typologies de mobilier urbain sur les sous-zones ZP2b, ZP2c, ZP4a, ZP5b et en ZP6 avec ici une autorisation uniquement sur les quais de gare.</p> <p>Seule la sous-zone ZP5a autorise des formats allant jusqu'à 6m², mais là encore, en cohérence avec les enjeux liés à ces zones d'activités commerciales et économiques majeures qui sont par ailleurs limitées sur le territoire.</p> <p>Rappelons par ailleurs que les règles d'extinction ont été élargies par rapport à la réglementation nationale (entre 23h et 6h) afin de limiter les consommations des dispositifs lumineux et numériques autorisés.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
2.3 Remarques de Mme Dorothy REEVE du 29 septembre 2020		
<p>Dans le cadre de l'enquête publique du Règlement Local de Publicité Métropolitain, je souhaite renforcer encore plus les contraintes sur la publicité, autant sur la forme que sur le fond.</p> <p>En ce qui concerne la forme, afin de lutter contre le gaspillage énergétique et la pollution lumineuse, je propose l'interdiction de tout support qui consomme de l'énergie : panneaux numériques, publicité lumineuse, dispositifs déroulants.</p> <p>Quant au fond des messages publicitaires, il est essentiel d'agir pour limiter les incitations à la consommation des produits polluants de mettre un frein à la consommation des biens inutiles ou nuisibles à la santé ou l'environnement.</p> <p>Ainsi je demande l'interdiction de tous les panneaux publicitaires sur la commune de St Cyr en Val et sur la Métropole.</p>	Règlement	<p>Le RLPm se doit de concilier différents enjeux qui peuvent apparaître parfois contradictoires à savoir préserver les ambiances paysagères de qualité mais aussi favoriser l'attractivité et la lisibilité des activités économiques et commerciales qui sont source de développement et de dynamisme territorial. En ce sens, le RLPm n'a pas vocation à interdire totalement les publicités sur un territoire.</p> <p>Concernant la forme, le règlement s'appuie sur un diagnostic permettant de connaître précisément l'état de l'affichage existant. Le format des dispositifs est donc adapté en fonction de chaque secteur du territoire métropolitain.</p> <p>Par ailleurs, des dispositions visant à lutter contre le gaspillage énergétique et la pollution lumineuse ont été intégrés au projet. A l'article 2.2, des règles d'extinction nocturne sont notamment fixées : « Les dispositifs lumineux doivent être éteints entre 23 heures et 6 heures. », ce qui est plus contraignant que la Réglementation Nationale fixant une plage horaire de 1h à 6h.</p> <p>Plusieurs mesures visent également à limiter les</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>formats et la densité (ex : interdiction d'implantation ou limitation à 2 m² dans de nombreux secteurs tels que la ZP1, les ZP2, les ZP4, ZP6, interdiction des dispositifs en doublon). Ces restrictions visent à protéger les secteurs les plus sensibles et à diminuer progressivement l'affichage dans les secteurs aujourd'hui les plus impactés, tels que les zones économiques.</p> <p>Les dispositifs lumineux sont réglementés dans le cadre du RLPm. Une réflexion a été menée avec les élus afin de protéger les secteurs les plus sensibles tout en ne fermant pas la porte à des dispositifs nouveaux souhaités par plusieurs municipalités.</p> <p>Ainsi, le RLPm instaure désormais des règles particulièrement strictes sur une large partie du territoire, engageant à terme une diminution des besoins en ressources.</p> <p>Rappelons enfin que la Métropole d'Orléans est pleinement engagée en faveur du climat et de la transition énergétique : en novembre 2019, le Conseil Métropolitain a approuvé à l'unanimité le Plan Climat Air Energie. Cette thématique est également particulièrement mise en lumière actuellement dans le cadre de l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme métropolitain.</p> <p>Enfin, la législation ne permet pas aujourd'hui de</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>réglementer les messages publicitaires véhiculés sur les supports. Le RLPm ne peut donc pas réglementer ce point.</p> <p>Pour information, plusieurs discussions vont actuellement dans ce sens lors des échanges de la Convention Citoyenne pour le Climat.</p> <p>Dans ce sens, le dossier ne sera pas modifié sur ces points.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
2.4 Remarques de M Jean-Louis DELFAU du 29 septembre 2020		
<p>Je vous adresse quelques remarques concernant le règlement de publicité :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Je n'ai pas trouvé de modalités d'application du règlement qui pourraient être différentes des règles nationales (installations existantes et futures ou simplement les installations futures, délais de mise en conformité ou d'enlèvement) 2. Il me semble que la partie relative aux dispositifs au sol de l'article 3.2.8 pour les zones ZP4a (page 37) n'est pas la bonne, elle reprend celle pour le mobilier urbain. Dommage que ce manque concerne une zone qui comporte beaucoup de panneaux. 3. L'application des pourcentages de 15 et 25 % de l'article 4.1.5 page 50 peut conduire à des incohérences. Une enseigne de 12 m2 sera possible sur une façade de 48 m2 alors que la limite pour une façade de 51 m2 ne sera que de 7,6 m2. Il serait bon de mettre un plafond à la taille de 	Règlement	<p>1/ Le règlement local de publicité (RLP) doit nécessairement être plus restrictif que la réglementation nationale (RNP). Les règles inscrites dans le RLPm sont donc forcément différentes des règles nationales.</p> <p>Concernant les délais de mise en conformité, il s'agit de délais fixés à l'échelle nationale qui ne peuvent être modifiés dans le cadre de l'élaboration du RLPm. Ceux-ci sont de 6 ans pour les enseignes existantes avant l'approbation du RLPm et de 2 ans pour les publicités et pré-enseignes. Les nouveaux dispositifs (enseignes/publicités/pré-enseignes) qui</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>l'enseigne.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. L'ensemble du règlement n'est pas homogène avec des règles différentes selon les communes (hauteur, largeur des panneaux) vraisemblablement définies en fonction de l'existant pour ne pas avoir à le modifier. 5. Aucune limitation sur le nombre et la densité de publicité pour le mobilier urbain, qui n'a que trop souvent la seule fonction de publicité. 6. Extinction de l'éclairage des publicités sur mobilier urbain la nuit de 1 h à 6 h, la publicité ne doit pas être justifiée par une raison de sécurité qui incombe aux collectivités. 7. Les enseignes en toiture devraient être limitées en surface comme celles en façade en zone ZP5a, sinon, pourquoi pas un message de 100 m de long sur le toit d'un centre commercial. 8. Appliquer la règle « Les autocollants extérieurs, recouvrant totalement ou partiellement les baies, ne sont pas admis. » pour les tram de TAO. 		<p>s'implanteront après approbation du RLPm devront respecter les règles fixées par celui-ci.</p> <p>2/ Il s'agit d'une erreur matérielle. Le paragraphe sera repris pour bien correspondre aux règles fixées pour les dispositifs scellés ou posés au sol.</p> <p>3/ Les pourcentages de 15 et 25% de l'article 4.1.5 sont repris de la Réglementation National. Le dossier ne sera donc pas modifié sur ce point.</p> <p>4/Les règles ont été déterminées en fonction du diagnostic et des enjeux identifiés ainsi qu'au regard des ambitions portées par la Métropole et les collectivités en matière de qualité du cadre de vie paysager. Si plusieurs zones sont déclinées, la réglementation n'en reste pas moins claire puisque le règlement énonce pour chacune des zones les règles s'y appliquant pour chaque type de dispositif. Le zonage n'en est pas moins lisible non plus, puisque ce document cartographique permet une lecture à la parcelle des règles qui s'appliquent.</p> <p>5/Effectivement, le RLPm ne prévoit pas de limiter le nombre et la densité des publicité sur mobilier urbain. Toutefois, pour chaque sous-secteur, est défini des formats adaptés au contexte de la zone. Concernant le nombre, chaque commune pourra passer un contrat de mobilier urbain qui permettra</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		<p>de réguler les mobiliers urbains présents sur leur territoire.</p> <p>6/ Le mobilier urbain n'est pas soumis aux règles d'extinction nocturne, en accord avec le Code de l'Environnement. Cela s'inscrit dans une logique d'effet de sécurisation apporté par l'éclairage nocturne, notamment dans les abribus.</p> <p>7/ La problématique de la limitation en longueur des enseignes en toiture n'est effectivement pas abordée dans le règlement du RLPm. Une réflexion sur ce sujet sera engagée afin de compléter le document sur ce point.</p> <p>8/Le RLPm n'a pas la possibilité de réglementer les adhésifs recouvrant les tramways.</p>
2.5 Remarque de M Jean-Louis DELFAU du 29/09/2020		
<p>Veillez noter qu'il y a une erreur dans l'adresse électronique indiquée dans l'avis d'enquête du site de la métropole.</p>	/	<p>Après vérification, aucune erreur n'a cependant été relevée.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
2.6 Remarques de M Patrice SORNIQUE du 1 octobre 2020		

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p>Avis de M Patrice SORNIQUE (01/10/2020) :</p> <p>Je souhaite attirer votre attention sur le fait que le projet de règlement de publicité métropolitain tel qu'il est proposé dans sa version soumise à l'enquête serait de nature à restreindre la liberté d'expression des citoyens, même sur leur domaine privé.</p> <p>En effet il existe des situations où les citoyens peuvent faire état de revendications d'opposition à un projet en s'exprimant temporairement par des panneaux ou banderoles sur leur propriété.</p> <p>Si on appliquait ce projet, ce moyen d'expression ne serait plus possible et serait à mon sens, un moyen de censurer la liberté d'expression revendicative notamment celle qui s'exprime à l'occasion de projets contestés de collectivités locales. Ceci porterait aussi atteinte à la Liberté individuelle, syndicale, des associations de quartier, des collectifs etc....</p> <p>C'est pourquoi je demande que sorte du champs d'application du PLPm :</p> <p>" Tout affichage de moins de 6 mois sur domaine privé, a vocation non commercial, fait par un particulier, un collectif ou une association dans le cadre d'une action revendicative ou de libre expression."</p> <p>Clause à ajouter à l'article 1A de règlement.</p> <p>Comptant sur vous pour mentionner cette déposition dans votre rapport et demander à l'autorité légale de la faire intégrer dans la version exécutoire du nouveau règlement de publicité.</p>	<p>Règlement</p>	<p>Bien que les banderoles politiques, syndicales et de revendication n'aient pas de vocation commerciale, ces dernières s'apparentent à de la publicité, dans le sens où elles procèdent à la publication d'une information.</p> <p>Elles sont donc soumises aux mêmes dispositions du code de l'environnement que les autres publicités.</p> <p>Comme cela est relevé, dans le cas présent, la liberté d'expression peut ainsi en être affectée, ce qui est contraire au principe même posé par l'article L581-1 du Code de l'Environnement en préalable aux dispositions réglementant la publicité : <i>« Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur et sous réserve des dispositions du présent chapitre. »</i></p> <p>Rappelons cependant que le code de l'environnement prévoit l'installation dans les communes de panneaux d'affichage d'opinion de type « expression libre, affichage d'expression politique », etc.</p> <p>Dans ce sens, aucune clause ne peut être ajoutée au règlement.</p>

OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
		



OBSERVATIONS	PIECE DU DOSSIER CONCERNEE	REPONSE
<p style="text-align: right; margin-right: 20px;">ZB/S/2021</p> <p>Fleury-les-Aubrais L'environnement au cœur de la dernière assemblée de quartier de Fleury</p>  <p><small>Le problème de la partie sud du projet de la ZAC des Fontaines a occupé une bonne partie du débat. (Photo d'archives.)</small></p>		