

Département de l'Eure et Loir

**Enquête publique relative au projet de révision du
Règlement Local de Publicité de la ville de Dreux**

RAPPORT



Sommaire

1 GENERALITES	3
1-1 Le cadre général du projet	3
1-2 L'objet de l'enquête publique	3
1-3 Le cadre juridique de l'enquête	4
1-4 La composition du dossier d'enquête	4
2 LE PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE	5
2-1 Le contexte territorial	5
2-2 La concertation préalable	7
2-3 Caractéristiques principales du projet de RLP	7
3 ORGANISATION DE L'ENQUÊTE	12
3-1 Démarches préalables à l'ouverture de l'enquête et 3-2 Visites des lieux	12
3-3 L'arrêté d'ouverture d'enquête	12
3-4 Publicité de l'enquête	13
3-5 Prolongation de la durée de l'enquête	13
4 DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE	14
4-1 La tenue des permanences et clôture de l'enquête	14
4-2 Le décompte des observations	14
5 AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES	14
5-1 Réunion des personnes publiques associées	14
5-2 Avis de la CCI d'Eure et Loir et 5-3 Avis de la CDNPS	15
6 PROCES-VERBAL DE SYNTHESE REMIS AU MAÎTRE D'OUVRAGE	15
6-1 Observations écrites de l'UPE	15
6-2 Observation écrite de JCDecaux	20
6-3 Remise du PV de synthèse aux représentants de la ville de Dreux	21
7 MEMOIRE EN REPONSE	21
7-1 Observations de l'UPE	21
7-2 Observation de JCDecaux	27
ANNEXES	

1 GENERALITES

1-1 Le cadre général du projet

En matière de publicité, les compétences sont traditionnellement exercées par le Préfet. Toutefois, s'il existe un règlement local de publicité, ces compétences sont exercées par le Maire au nom de la commune.

Dans ce cadre, la ville de Dreux s'est dotée en 2006 d'un tel règlement qui prévoyait des zones de publicité restreinte ou de publicité élargie, limitait le nombre et définissait les caractéristiques des publicités. Ce règlement couvrait également la commune voisine de Vernouillet.

Par la suite, la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi « Grenelle 2 ») et le décret du 30 janvier 2012 ont supprimé les zones de publicité restreinte et élargie, apporté de nouvelles restrictions mais ont aussi introduit de nouvelles possibilités d'affichage. Il en résultait que tous les règlements locaux de publicité antérieurs à cette loi devaient être révisés ou modifiés avant le 13 janvier 2021, sous peine de devenir caducs.

Il convenait dès lors, pour la commune de Dreux (Vernouillet ayant engagé sa propre procédure de révision), d'adapter les règles locales de publicité, d'une part pour les mettre en adéquation avec le nouveau cadre législatif et réglementaire, d'autre part pour faire obstacle à leur caducité. La procédure de révision a été lancée par une délibération du Conseil Municipal prise le 2 octobre 2019.

1-2 L'objet de l'enquête publique

Le règlement local de publicité (RLP) est un document de planification de l'affichage publicitaire et des enseignes sur le territoire communal. Il permet d'adapter le règlement national aux spécificités locales dans le but de protéger le cadre de vie, de réduire la pollution visuelle et de valoriser le patrimoine et les paysages. Le RLP donne au maire les compétences de police de la publicité et lui permet de s'assurer de la bonne application de son projet.

Le Conseil Municipal de Dreux a arrêté, dans sa séance du 25 novembre 2021, le projet de RLP qui en détermine les enjeux et les objectifs.

Après communication pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi qu'à la Commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites (CDNPS), le projet de RLP est soumis, aux termes de l'arrêté du Maire de Dreux en date du 26 octobre 2022, à la présente enquête publique au titre des « projets, plans et programmes ayant une incidence sur l'environnement ».

1-3 Le cadre juridique de l'enquête

Les dispositions qui régissent la publicité, les enseignes et préenseignes sont les articles L 581-1 à L 581-45 et R 581-1 à R 581-88 du code de l'environnement et celles qui concernent plus précisément le règlement local de publicité figurent aux articles L 581-14 à L 581-14-3 et R 581-72 à R 581-80 du même code.

La procédure d'élaboration ou de révision du RLP est identique à celle du Plan Local d'Urbanisme (PLU) en application de l'article L 123-6 du code de l'urbanisme et une fois approuvé le RLP est annexé au PLU.

La présente enquête publique s'inscrit également dans le cadre des articles L 123-1 à L 123-19 et R 123-1 et suivants du code de l'environnement relatifs aux enquêtes environnementales ainsi que des articles L 153-19 et L 153-8 à L 153-10 du code de l'urbanisme.

Par ailleurs, sont directement liés à l'enquête les actes administratifs suivants :

-la délibération n°DEL2019-148 du Conseil Municipal de Dreux du 2 octobre 2019 lançant la procédure de révision du RLP ;

-la délibération n°DEL2021-160 du Conseil Municipal de Dreux du 25 novembre 2021 arrêtant le projet de RLP ;

-l'arrêté du Maire de Dreux du 26 octobre 2022 prescrivant l'enquête publique ;

-la décision n°E22000111/45 de Madame la Présidente-déléguée du Tribunal Administratif d'Orléans du 22 septembre 2022 désignant le commissaire-enquêteur.

1-4 La composition du dossier d'enquête publique

Le dossier soumis à la consultation du public est composé des pièces suivantes :

-l'arrêté municipal du 26 octobre 2022 prescrivant l'enquête publique ;

-la délibération n°DEL2019-148 du Conseil Municipal du 2 octobre 2019 ;

- la délibération n°DEL2021-160 du Conseil Municipal du 25 novembre 2021 ;
- le rapport de présentation du RLP présentant le contexte environnemental et urbain, le contexte réglementaire, un diagnostic de l'affichage à Dreux, les orientations de la commune, les choix et les raisons du choix au regard des orientations et objectifs de la commune ;
- le règlement contenant, outre un préambule portant notamment sur la définition des zones, les dispositions relatives aux publicités et préenseignes et les dispositions relatives aux enseignes ;
- le plan de zonage sous forme de carte couleur au 1/9000^{ème} ;
- l'arrêté municipal du 5 octobre 2010 réglementant la circulation et le stationnement sur le territoire de la commune de Dreux, précisant les limites de celle-ci ;
- le bilan de la concertation qui a permis d'informer les professionnels, les associations et les habitants et de recueillir leurs remarques ;
- le compte-rendu de la réunion des personnes publiques associées du 27 septembre 2021 avec le document qui a servi de support à la réunion ;
- le procès-verbal de la réunion du 24 août 2022 de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites, formation « Publicité » et l'avis rendu par celle-ci sur le projet de RLP ;
- l'avis rendu le 7 mars 2022 par la Direction Départementale des Territoires ;
- l'avis donné le 20 janvier 2022 par la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Eure et Loir ;
- le registre d'enquête publique.

2-LE PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

2-1 Le contexte territorial

La commune de Dreux compte 31044 habitants (source INSEE 2017). Elle ressort donc des communes de plus de 10000 habitants au titre de la réglementation nationale. Le territoire communal couvre environ 24,3 km², sa densité de population est de 1279 habitants/km².

Les espaces urbanisés représentent environ 45% de sa superficie et peuvent, du point de vue des fonctions urbaines, être séparés en 2 catégories :

-des espaces à vocation multiple : à dominante résidentielle, ils regroupent également du commerce, des équipements, des activités commerciales et artisanales. Ces espaces correspondent au tissu ancien de la ville et des hameaux ainsi qu'à la majorité des extensions urbaines réalisées pour accueillir des ensembles résidentiels, collectifs ou pavillonnaires ;

-des espaces mono-dédiés à vocation urbaine spécifique, il s'agit des grands espaces d'activités qui représentent le tiers du tissu urbanisé : les Châtelets, la Rabette, les Livraindières, les Fenots. A l'exception de ces derniers, ils se déploient principalement au nord et dans le prolongement est de la commune, le long de l'axe de la RN 12.

Il est à noter qu'au-delà de ces zones strictement monofonctionnelles, la ville est marquée par une séparation assez nette des fonctions dans les quartiers qui la composent. Bien qu'il connaisse un déclin depuis quelques années (il fait l'objet d'un plan de revitalisation commerciale), seul le centre-ville ancien a une véritable superposition des fonctions. Les quartiers périphériques sont eux relativement dépourvus de commerces et de services qui les rendent dépendants du centre-ville.

Les espaces naturels et agricoles représentent près de 55% de la superficie de la commune et sont principalement situés au nord. Ils comprennent des espaces boisés classés, des zones N et A de protection des espaces naturels et agricoles au titre du PLU et le site Natura 2000 de la vallée de l'Eure composé de 4 entités : le marais de Muzy, la vallée de Vaubreu, la côte de Bertagnol et le bois des Buissons.

Par ailleurs, **Dreux compte 10 monuments inscrits ou classés au titre des Monuments Historiques et 3 sites inscrits à l'inventaire.**

Les monuments protégés au titre des Monuments Historiques sont :

- la chapelle St Jean et la tour d'abandon (ancien Hôtel-Dieu),
- l'Hôtel de Salvat-Duhalde,
- l'ancien arsenal des pompiers,
- les devantures d'anciennes imprimeries Lefèbvre et librairies Dividis,
- la Caisse d'épargne,
- la Chapelle royale,

- la maison romane,
- le beffroi,
- l'église St Pierre,
- le sanatorium.

Les sites inscrits à l'inventaire sont :

- le centre ancien de Dreux,
- la vallée de l'Eure sur une superficie de 3663 ha,
- l'ancien couvent des Capucins.

A noter que la commune de Dreux a lancé en 2016 l'élaboration d'un site patrimonial remarquable (SPR) sur le centre-ville mais que cette démarche, qui a été jusqu'à la concertation avec le public, est toujours en cours.

2-2 La concertation préalable

La concertation préalable a consisté à informer les professionnels, les associations et les habitants et à recueillir leurs remarques sur le projet de RLP. Les modalités ont été les suivantes :

- 1/Affichage à la mairie, pendant 2 mois, de la délibération de prescription de la révision du RLP et des moyens de la concertation.
- 2/Mise à disposition du public, au Guichet Unique, d'un dossier de présentation du RLP et de la démarche de révision et d'un registre d'observations destiné à recueillir les remarques et propositions de la population et des acteurs locaux. Deux courriers ont été reçus dans ce cadre, l'un de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), l'autre de JCDecaux, les deux demandant à être associés aux travaux d'élaboration du projet de RLP.
- 3/Utilisation de différents supports et moyens de communication : encart dans l'Echo Républicain du 7 juillet 2020, article dans le magazine municipal Dreux le Mag' de janvier 2021, site internet de la commune.
- 4/Organisation d'une réunion publique de présentation du dossier, le 14 octobre 2021, à laquelle personne ne s'est présenté. Par contre, une réunion spécifique s'est tenue avec JCDecaux, le 9 septembre 2021, au cours de laquelle il a été répondu aux remarques de ce dernier.

2-3 Caractéristiques principales du projet de RLP

2-3-1 Objectifs et orientations

Selon les termes de la délibération du 25 novembre 2021, les objectifs de la révision du règlement local de publicité sont au nombre de 4 :

-1/ Adapter la réglementation nationale pour tenir compte de la sensibilité architecturale, urbaine et paysagère du territoire communal, en particulier du centre-ville historique et commerçant, des zones commerciales et d'activités, afin de tendre à une meilleure intégration des différents dispositifs publicitaires ;

-2/ Favoriser l'attractivité du centre-ville commerçant ;

-3/ Admettre des possibilités maîtrisées d'installation de certains types de publicités aux abords des monuments historiques, en cohérence avec les aménagements de l'espace public réalisés ;

-4/ Assurer une meilleure protection et une amélioration du cadre de vie de Dreux en intégrant des dispositifs spécifiques visant à renforcer l'intégration des enseignes et des publicités dans l'environnement urbain, architectural et paysager, en traitant et en maîtrisant leur présence dans les entrées de ville et le long des axes structurants comme la RN 12 et la RN 154.

Pour répondre à ces objectifs, le projet de RLP fixe des orientations générales au nombre de 3, d'une part pour la publicité et les préenseignes, d'autre part pour les enseignes.

Les 3 orientations relatives à la publicité et les préenseignes :

-1 / Limiter la densité des dispositifs publicitaires sur les grands axes et dans les zones d'activités pour limiter la pollution visuelle ;

-2/ Autoriser de manière encadrée la publicité dans les sites inscrits et aux abords des monuments historiques ;

-3/ Répondre de façon adaptée aux besoins des acteurs économiques du territoire.

Les 3 orientations relatives aux enseignes :

-1/ Homogénéiser les enseignes à travers la définition de règles esthétiques conformes à la Charte pour la rénovation des vitrines et devantures commerciales de Dreux élaborée en 2011. Les dispositions de ce document non réglementaire, concernant les enseignes, sont intégrées dans le projet de RLP ;

- 2/ Limiter le nombre de dispositifs par commerce ou entreprise pour éviter leur démultiplication ;
- 3/ Adapter les enseignes à leur contexte pour préserver les qualités paysagères et architecturales.

2-3-2 Le zonage retenu

D'une manière générale, la publicité, les préenseignes et les enseignes sont soumises aux dispositions énoncées au code de l'environnement.

Toutefois, pour adapter la réglementation nationale au territoire, en tenant compte de ses caractéristiques, le projet de RLP définit 5 zones avec des règles qui leur sont propres :

-Zone 1 : les espaces de nature et hors agglomération

Cette zone comprend les espaces naturels et agricoles hors agglomération ainsi que les zones naturelles classées N au PLU. L'objectif de cette zone est d'interdire toute forme de publicité et de préenseigne, à l'exception de préenseignes dérogatoires (vente de produits du terroir par des entreprises locales, activités culturelles et monuments historiques ouverts à la visite...).

Concernant les enseignes, sont autorisées les enseignes scellées au sol ou posées sur celui-ci dont la surface n'excède pas 2 m², uniquement pour les activités en retrait de la voie avec une seule enseigne par activité. Le cumul avec une publicité scellée au sol est interdit.

-Zone 2 : les secteurs à forts enjeux patrimoniaux et paysagers

Toute forme de publicité est interdite sur les 9 monuments historiques classés ou inscrits présents sur la commune.

Cette zone comprend le centre-ville de Dreux, les périmètres de protection des 9 monuments historiques, le site inscrit de la vallée de l'Eure à l'est du territoire ainsi que l'entrée est de la ville depuis la RD 912. Bien que représentant des secteurs d'intérêt patrimonial et paysager où la publicité est normalement interdite, ces secteurs correspondent globalement au centre-ville. L'objectif de cette zone est d'autoriser, de façon maîtrisée, la publicité.

Ainsi sont autorisés les préenseignes dérogatoires (voir ci-dessus Zone 1) avec une surface de 2 m² maximum et une hauteur maximale de 4 m au-dessus de la voie, les dispositifs publicitaires supportés par des palissades de chantier, intégrés à la palissade et d'un format ne pouvant excéder 12 m², les publicités

et préenseignes supportées par le mobilier urbain, l'affichage d'opinion, les publicités numériques inférieures à 2 m² (seule exception à l'interdiction de publicité lumineuse).

Un seul dispositif est autorisé par unité foncière.

Concernant les enseignes, les règles sont identiques à celles de la zone 1.

-Zone 3 : les zones à dominante d'habitat

Cette zone comprend des quartiers d'habitation pouvant accueillir des commerces, des équipements, des activités ponctuelles ainsi que les hameaux au nord du territoire. Il s'agit pour ces secteurs, moins soumis à la pression publicitaire, de maintenir un cadre de vie agréable pour les habitants.

Les dispositifs publicitaires sur bâtiments, clôture et mur sont autorisés dès lors que la surface n'excède pas 8 m² et la hauteur au-dessus de la voie 6 m. Les dispositifs scellés au sol ou posés sur celui-ci sont interdits à l'exception des préenseignes dont la surface ne peut excéder 2 m² et la hauteur au-dessus de la voie 4 m.

Les règles concernant les dispositifs sur palissades de chantier et le mobilier urbain, l'affichage d'opinion, la publicité lumineuse et la densité des dispositifs sont les mêmes que pour la zone 2.

Concernant les enseignes scellées au sol ou posées sur celui-ci, elles sont autorisées à condition que :

- la surface ne soit pas supérieure à 6 m²,
- les activités soient en retrait de la voie,
- il n'y ait qu'une enseigne par activité et le cumul avec les publicités scellées au sol est interdit.

-Zone 4 : les axes principaux

Elle comprend les abords des axes principaux en agglomération (RN12, N154, D 928, D912, D34, D954, D928). Par les flux existants et par leur caractère ouvert, ces axes permettent l'implantation de dispositifs de plus grande taille avec un impact limité sur le paysage.

Ainsi sont autorisés :

-les dispositifs publicitaires sur bâtiment, clôture ou mur dès lors que la surface n'excède pas 12 m² dans un format normalisé de 4x3 m et que la hauteur au-dessus de la voie n'excède pas 7,5 m ;

-les dispositifs scellés au sol ou posés sur celui-ci dès lors que la surface n'excède pas 12 m² dans un format normalisé de 4x3 m et que la hauteur au-dessus de la voie n'excède pas 6 m ;

- la publicité lumineuse selon la réglementation en vigueur, les publicités numériques ne pouvant excéder 2 m².

Les règles concernant les dispositifs sur palissades de chantier et le mobilier urbain, l'affichage d'opinion et la densité des dispositifs sont les mêmes que pour la zone 2.

Les enseignes scellées au sol ou posées sur celui-ci sont autorisées dans les conditions suivantes :

-la surface ne peut être supérieure à 12 m²,

-une seule enseigne par activité et par voie bordant l'activité,

-le cumul avec les publicités scellées au sol est interdit.

-Zone 5 : les zones d'activités

Dans ces zones, le règlement de la publicité s'appuie, à quelques exceptions près, sur les dispositions du code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et préenseignes.

Ainsi on retrouve les mêmes dispositions que pour la zone 4 ci-dessus, à l'exception de la densité de dispositifs publicitaires : pour les unités foncières ayant une largeur de façade supérieure à 40 m, un dispositif supplémentaire est autorisé.

2-3-3 Les enseignes remarquables

En vertu de l'article R 581-55 du code de l'environnement, le projet de RLP identifie 7 enseignes pour leur intérêt historique qui sont dispensées de l'obligation de suppression dans les 3 mois suivant la cessation de l'activité. Il s'agit de l'enseigne à plat « A l'hôtel de ville », place Métézeau, l'enseigne drapeau chapelier, rue St Pierre, l'enseigne à plat « Ecole d'horlogerie d'Anet », rue Parisis, l'enseigne drapeau « Horlogerie au Nègre », Grande rue, l'enseigne

à plat « Hôtel des Ventes », rue aux Tanneurs, l'enseigne drapeau « Jardinier », rue St Pierre et l'enseigne à plat « Poêles Godin », rue Maurice Violette.

3- ORGANISATION DE L'ENQUÊTE

3-1 Démarches préalables à l'ouverture de l'enquête publique

Après réception de ma désignation par le Tribunal Administratif, j'ai pris contact avec Madame Séverine DESMOUILLIERES, responsable du Service Urbanisme à la mairie de Dreux et chargée du dossier. Le lundi 10 octobre 2022, je me suis déplacé pour la rencontrer. La réunion a porté sur la procédure du règlement local de publicité, l'historique et les différentes phases d'élaboration du projet, les caractéristiques du territoire. Cette présentation a conduit à définir les modalités de l'enquête : la durée, le nombre, les dates et horaires des permanences, le recueil des observations, le contenu de l'arrêté d'enquête, les mesures de publicité.

Des échanges téléphoniques ont suivi, notamment sur la finalisation de l'arrêté d'ouverture d'enquête.

Le vendredi 18 novembre 2022, je me suis déplacé de nouveau au Service Urbanisme pour parapher le dossier mis à la disposition du public.

3-2 Visites des lieux

Les rencontres au Service Urbanisme ont été suivies d'une visite des lieux. Le 10 octobre, j'ai circulé dans le secteur nord de la commune et dans les zones d'activités. Le 18 novembre, je me suis déplacé dans le centre-ville.

J'ai ainsi pu constater que :

-le centre-ville, s'il est peu impacté par la publicité, est marqué par une disparité des enseignes ;

-les zones d'activités et les grands axes concentrent la majeure partie des publicités et des enseignes, ce qui est logique, mais que beaucoup de celles-ci sont en infraction avec le code de l'environnement, ce que pointe d'ailleurs le diagnostic réalisé préalablement au projet de RLP.

3-3 L'arrêté d'ouverture d'enquête

L'enquête publique relative au projet de révision du Règlement Local de Publicité a été prescrite par un arrêté de Monsieur le Maire de Dreux en date du 26 octobre 2022 (ARR2022-575).

La durée de l'enquête a été fixée à 30 jours, soit du lundi 21 novembre 2022 au mardi 20 décembre 2022 inclus. Le dossier d'enquête était consultable au Guichet Unique, 18 rue des Gaults à Dreux, aux jours et heures habituels d'ouverture.

Durant l'enquête, 3 permanences du commissaire-enquêteur ont été arrêtées, en mairie de Dreux :

-le mardi 22 novembre 2022 de 9h à 12h ;

-le lundi 5 décembre 2022 de 9h à 12h ;

-le mardi 20 décembre 2022 de 14h à 17h.

Le dossier était également consultable sur le site www.dreux.com .

En plus du registre présent au Guichet Unique ou lors des permanences, le public pouvait adresser ses observations par courrier à Monsieur le commissaire-enquêteur (enquête publique sur le projet de RLP) à la mairie de Dreux, 2 rue de Châteaudun ou à l'adresse électronique : urbanisme@ville-dreux.fr (avec objet du courriel : enquête publique sur le projet de RLP).

3-4 Publicité de l'enquête

L'avis d'enquête publique a fait l'objet d'un affichage aux couleurs et format requis du 8 novembre 2022 au 5 janvier 2023, sur les panneaux de la mairie, au Guichet Unique et dans une dizaine d'endroits de la commune.

La publicité légale dans 2 journaux habilités à recevoir des annonces légales a bien été respectée. Ainsi, l'avis d'enquête a été publié dans l'Echo Républicain et dans l'Action l'Echo des 3 novembre 2022 et 24 novembre 2022.

Toutefois, la première publication du 3 novembre a été entachée d'une coquille concernant les dates de l'enquête. Il a été écrit : « du lundi 21 novembre 2022 au mardi 20 novembre 2022 ». M'étant rendu compte de cette erreur trop tardivement par rapport au début de l'enquête pour demander aux services de la corriger et dans un souci de bonne sécurité juridique pour réparer cette insuffisance de publicité légale préalable, j'ai proposé à Monsieur le Maire, par écrit le 22 novembre, de prolonger la durée de l'enquête de 15 jours et de procéder aux mesures de publicité complémentaires.

3-5 Prolongation de la durée de l'enquête

Monsieur le Maire de Dreux a répondu favorablement à ma demande et a pris un nouvel arrêté, prolongeant l'enquête, le 1^e décembre 2022 (ARR2022-580).

En vertu de celui-ci, l'enquête a été prolongée de 15 jours pour une durée totale de 45 jours, soit jusqu'au 4 janvier 2023 inclus avec une permanence supplémentaire ce même jour, de 14h à 17h.

En conséquence, un nouvel avis d'enquête a été publié dans l'Echo Républicain le 7 décembre 2022 et dans l'Action l'Echo le 8 décembre 2022. Parallèlement, un affichage annonçant la prolongation a été effectué sur les différents panneaux où figurait déjà le premier avis d'enquête publique.

4-DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE

4-1 La tenue des permanences et la clôture de l'enquête

Les permanences se sont tenues en mairie de Dreux, aux dates et heures indiquées dans l'arrêté municipal de prescription de l'enquête avec, comme il est indiqué ci-dessus (§ 3-5), une permanence supplémentaire le 4 janvier 2023. Le dossier d'enquête était complet et livrait les informations nécessaires à la connaissance du projet.

Durant les permanences, je me suis tenu à la disposition du public qui, manifestement peu intéressé par le sujet, ne s'est pas déplacé. Seul le représentant de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) s'est présenté et m'a remis, avec explications, un document que j'ai annexé au registre.

A l'issue de l'enquête, le 4 janvier 2023, j'ai clos le registre d'observations.

4-2 Le décompte des observations

C'est donc une seule personne qui a été reçue lors des permanences et ce sont 14 observations qui ont été annexées au registre. Outre le document de 38 pages remis par le représentant régional de l'UPE, qui m'avait également été adressé par courriel précédemment, et qui contient, après un long argumentaire, 13 observations, j'ai été destinataire d'un courrier recommandé doublé d'un courriel de 3 pages, signé du Directeur Régional de la société JCDecaux, avec une observation générale sur le mobilier urbain.

5-AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES

5-1 Réunion des personnes publiques associées

Le 27 septembre 2021, sous la présidence de Monsieur POISSON Adjoint au Maire en charge de l'urbanisme, s'est tenue une réunion des personnes publiques associées. Lors de celle-ci, ont été présentés le diagnostic des publicités et enseignes existantes sur le territoire, leur compatibilité avec le Règlement National et le Règlement Local de Publicité, les différents secteurs définis au plan de zonage et le projet de règlement applicable à chacun de ceux-ci. A la suite de cette présentation, chacun des participants a pu faire part de ses remarques, observations et demandes.

5-2 Avis de la CCI d'Eure et Loir

Dans un courrier daté du 20 janvier 2022, le président de la CCI émet un avis favorable sur le projet de RLP mais souhaite que la Charte pour la rénovation des vitrines, élaborée en 2011, soit intégrée au RLP afin d'homogénéiser les enseignes.

5-3 Avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS)

La CDNPS s'est réunie en formation spécialisée de la publicité le 24 août 2022 pour étudier le projet de RLP. La commission a insisté notamment sur la précision des règles à respecter en matière de publicité et d'enseignes lumineuses et, à l'unanimité, rendu un avis favorable sur le projet de RLP.

6-PROCES-VERBAL DE SYNTHESE REMIS AU MAÎTRE D'OUVRAGE

6-1 Observations écrites de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE)

Le document de l'UPE fait un long préalable sur la place, le poids, le rôle dans l'économie locale de la publicité, notamment de la communication extérieure, et sur son aspect déjà très réglementé et très engagé dans la transition écologique.

L'UPE fait référence à une étude du cabinet DELOITTE de 2017 qui démontre l'impact positif du secteur de la publicité en termes de croissance et d'emplois. L'investissement publicitaire a, d'après cette étude, un impact multiplicateur de 7,85 sur l'économie en général et contribue directement ou indirectement à la création de 536000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.

La communication extérieure est un outil de communication locale et multiple qui représente 2000 sociétés nationales et 15000 salariés. Pénaliser la publicité

extérieure revient à favoriser la publicité sur internet sans bénéfice pour la collectivité et l'emploi local.

La communication extérieure est en progression constante liée au développement des transports en commun, à l'urbanisation croissante et aux temps de transport.

Les annonceurs locaux ont besoin d'outils de communication pour leur notoriété, annoncer leur activité, se faire connaître et reconnaître dans leur zone de chalandise. Dans le territoire de Dreux, l'affichage représente 23,30% des investissements publicitaires locaux, loin devant la PQR. 526 annonceurs locaux communiquent par le biais de la publicité qui participe au dynamisme du territoire.

Une dédensification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure favorisant un report des investissements publicitaires vers internet non impacté par la réglementation à ce jour. Pour être efficace, l'audience nécessite d'être présent dans les secteurs et axes où se concentrent les déplacements.

La communication extérieure est déjà un média particulièrement réglementé. En rajouter, c'est favoriser la publicité numérique possédée par les GAFAs qui échappent aux dispositifs fiscaux européens.

Sans attendre les dispositions réglementaires, les opérateurs ont su tenir compte des attentes environnementales de la population : unité foncière, réduction du format, esthétisme, affiches papier qui répondent à des exigences strictes.

La communication extérieure est un média engagé en faveur de la transition écologique (réduction des émissions de CO₂) et de la sobriété énergétique (minimum 10% en 2 ans).

Après ces considérations générales, l'UPE formule un certain nombre d'observations sur le projet de RLP :

1/Le RLP doit être lisible et source de sécurité juridique. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation par les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter. Pour cela, les règles doivent être simples, précises et accessibles.

2/ Le RLP ne présente pas d'étude d'impact, ce qu'a fait l'UPE qui chiffre à 50% la perte du parc « grand format ».

S'agissant d'un opérateur « grand format », il n'est pas tenu compte des possibilités de transformation en formats 2 m² et 4 m². Tel que présenté, le projet de RLP a pour conséquence une perte sèche de 50% du parc « grand format » sur le domaine privé et sur le reste l'annonceur doit le transformer. Pour les clients, c'est une perte d'audience et un affaiblissement très important du média qui peut se poser la question : quel est l'intérêt de rester ?

3/La rédaction de l'article 4.2 est source d'insécurité juridique.

Les dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes : « ...présenter des qualités esthétiques et de design... » et « Ces teintes doivent s'intégrer parfaitement dans l'environnement immédiat du lieu où les dispositifs sont installés. » sont sources d'insécurité juridique et l'UPE demande une formulation qui ne puisse pas donner lieu à interprétation.

4/Article 4.2 : comment les passerelles qui sont interdites peuvent-elles être en harmonie et esthétiques ?

5/Article 4.3 : les dispositions du 3^e alinéa sont complexes à mettre en œuvre et très pénalisantes.

La référence de l'alignement n'est pas précisée (route, domaine public), la limite séparative inclut-elle le domaine public ? La disposition tient compte du positionnement du support et non pas du dispositif.

Pour l'UPE, la densité de l'habitat ne permet pas de concilier les 2 limites parce que la référence prise est le mur supportant la publicité. Or le dispositif sur support mural ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel existant et matériel. En conséquence, elle demande la suppression de cet alinéa.

6/Article 4.4 : les dispositions du 2^e alinéa sont impossibles à mettre en œuvre.

Ces dispositions ne tiennent pas compte du design propre à chaque opérateur. De plus, pour un même format, les pieds réalisés de façon standard ne peuvent être ajustés au regard d'un dispositif d'un autre opérateur positionné sur une unité foncière voisine. Enfin, dans le respect des limites fixées par le règlement, un dispositif de format 2 ou 4 ne pourra jamais être positionné à la même hauteur qu'un dispositif de 12 m².

Aussi, l'UPE demande la suppression de ces dispositions.

7/ Article 4.4 7^e alinéa : de nombreux aléas empêchent l'exploitation de dispositifs perpendiculaires avec 2 faces.

La végétation, les constructions, une voie à sens unique peuvent être des obstacles aux dispositifs perpendiculaires avec 2 faces. Aussi, à l'image de la disposition concernant l'habillage arrière des dispositifs implantés en pan coupé ou parallèle à l'axe, l'UPE suggère de réécrire l'alinéa de la façon suivante :

« Pour tout dispositif qui ne comporte de message que sur une seule face, la face libre doit être habillée d'un bardage peint ou d'un matériau durable esthétique en harmonie avec l'ensemble du dispositif ».

8/ Article 4.4 8^e alinéa : cette disposition appelle les mêmes remarques que pour les dispositifs muraux, notamment sur la définition de la limite séparative (5/ ci-dessus).

Le Règlement National de Publicité (RNP) prévoit une distance de H/2 du dispositif de la limite séparative. Remettre en cause cette disposition impliquerait un déplacement de tous les mobiliers réglementaires au projet et des travaux importants de scellements.

Aussi, l'UPE suggère l'application du RNP qui impose une distance de H/2. A défaut, il faudrait préciser que la notion de limite séparative s'applique entre 2 propriétés privées.

9/ Article 4.4 9^e alinéa : cette disposition possède plusieurs éléments pouvant être sujets à interprétation, notamment « à proximité d'une construction ».

La multiplication des règles liées aux conditions d'implantation d'un dispositif empêchera de fait toute implantation à proximité d'une construction et pourrait être assimilée à une interdiction déguisée. Aussi, l'UPE suggère la suppression de cette disposition.

10/ Article 4.4 11^e alinéa : l'interdiction, cumulée aux règles de voisinage déjà prévues par le RNP, d'un dispositif à moins de 10m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond, même non voisin, lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, limite très fortement les possibilités d'implantation.

Pour l'UPE, outre des coûts de déplacements importants pour les sociétés d'affichage, cette disposition n'a aucune valorisation environnementale, le

dispositif pouvant être déplacé sur la même unité foncière et il peut y avoir des ouvertures dans les façades hors pièces de vie.

En conséquence, l'UPE propose de supprimer cette disposition. A défaut et tenant compte de la volonté de la ville de protéger le bâti, le cadre de vie sur rue et les résidents, elle suggère la rédaction suivante : « Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue) jusqu'à une distance de 5m de ces façades ».

11/L'UPE demande le transfert de la zone 2 à la zone 4 (axes principaux) de l'avenue du Général Leclerc (sur tout ou partie), du boulevard Pasteur et de la rue des Eparges.

Ceci afin de garantir aux annonceurs une couverture homogène du territoire et une audience sur les principaux axes.

12/Article 7.1 : la limitation à 8 m² des dispositifs publicitaires sur bâtiments, clôture ou mur correspond en fait à un format d'affiche de 6,70 m² qui empêche toute standardisation des processus de production, ce qui est un non-sens économique et écologique.

Pour l'UPE, il convient de tenir compte des éléments d'encadrement afin de déterminer la surface unitaire maximale encadrement compris. La très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour sont au format 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de mobiliers en France tout en conservant un format d'affiche universel. Le ministère de la Transition écologique a d'ailleurs publié en 2019 une fiche relative aux modalités de calcul des formats de publicité d'où il ressort que les collectivités peuvent retenir dans leur RLP un format d'encadrement de 10,50 m² pour une surface d'affiche de 8 m².

L'UPE propose donc la formulation suivante : « La surface unitaire et utile d'affichage n'excède pas 8 m², la surface du dispositif (affiche et encadrement) n'excède pas 10,50 m². »

13/ Articles 8.6 et 9.6 : un seul dispositif par unité foncière est autorisé et pour les unités foncières ayant une largeur de façade supérieure à 40 m, un dispositif supplémentaire est autorisé. Or, qu'en est-il du domaine ferroviaire, très important sur Dreux, qui présente 2 particularités : une unité foncière dont les parcelles sont gérées par un propriétaire unique, un seul

opérateur gère l'exploitation publicitaire de ce territoire permettant l'instauration de règles d'inter-distance entre dispositifs ?

A partir de cet exemple, là où la communication extérieure scellée au sol est autorisée, l'UPE suggère des règles simples d'application valables pour les 2 articles précités :

- 1 seul dispositif sur son emplacement,
- inter-distance de 80 m entre chaque dispositif,
- aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

6-2 Observation écrite de JCDecaux

Sous la signature de Monsieur Antoine GUITTON, Directeur Régional, le courrier de JCDecaux axe son propos sur le mobilier urbain susceptible de recevoir de la publicité à titre accessoire.

Le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu proche des usagers (services publics des transports et de l'information). Les recettes publicitaires permettent de financer l'ensemble des services qui leur sont rattachés et font partie de l'équilibre économique prévu au sein des contrats de mobiliers urbains.

Supports de publicité à titre accessoire (article R 581-42 du code de l'environnement), ils ne sont pas assimilés à un dispositif publicitaire dont le principal objet est de recevoir de la publicité. Cette spécificité explique le traitement distinct du mobilier urbain dans le code de l'environnement (sous-section spécifique) comme dans le projet de RLP (articles spécifiques).

Contrairement aux autres dispositifs publicitaires, le mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité, dans le cadre du contrat public, au titre des autorisations d'occupation du domaine public, dans les périmètres protégés.

Le mobilier urbain étant déjà très réglementé, le RLP doit donc être un document permettant à la collectivité de définir et répondre à ses besoins. Or, JCDecaux relève dans le projet de RLP des dispositions à adapter afin de répondre aux objectifs rappelés ci-dessus.

En zone 2 et 3, le RLP prévoit une interdiction de publicité lumineuse en dehors des publicités numériques avec une limitation de la surface de ces

dernières à 2 m2. Or la commune ayant la compétence entière pour décider de l'implantation de mobiliers urbains supportant de la publicité lumineuse sur son territoire, notamment au titre des autorisations préalables délivrées par le maire, il est essentiel, pour celle-ci, de maintenir son libre choix de déployer ou non, de la publicité lumineuse sur mobilier urbain.

En conséquence et en cohérence avec les articles spécifiques relatifs aux dispositifs sur mobilier urbain (articles 4.9, 5.4, 6.4, 7.4 ,8.4 et 9.4), JCDecaux préconise, dans un souci de lisibilité et de sécurité juridique du RLP, de préciser les articles 6.7 et 7.7 comme suit :

« La publicité lumineuse est interdite en dehors des publicités numériques qui ne doivent pas excéder 2 m2. Conformément à l'article 4.9 du présent règlement, la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain est autorisée selon la réglementation en vigueur. »

6-3 Remise du PV de synthèse aux représentants de la ville de Dreux

J'ai remis le procès-verbal de synthèse, le 10 janvier 2023, à Madame Séverine DESMOUILLIERES, Responsable du Service Urbanisme, qui l'a signé, et à Monsieur Alexandre RAKOTOVAHINY Chargé d'études. La présentation du procès-verbal a donné lieu à un échange approfondi.

Le PV de synthèse est joint en annexe du rapport.

7 MEMOIRE EN REPONSE

Le mémoire en réponse de la ville de Dreux en date du 23 janvier 2023 m'est parvenu, d'abord par voie électronique le 23 janvier puis par courrier postal le 27 janvier 2023.

Après en avoir pris connaissance, je constate que le maître d'ouvrage a répondu à chacune des observations et intégré ses réponses dans le corps du PV de synthèse que je lui avais remis. Le mémoire en réponse est joint dans son intégralité en annexe du rapport.

7-1 Observations de l'UPE

1 et 3/ Certaines rédactions sources d'insécurité juridique (article 4.2).

Voir réponses au point suivant (3).

Ces dispositions permettent de laisser une souplesse dans le choix des dispositifs tout en veillant à leur intégration paysagère dans leur environnement. Elles seront donc maintenues.

Commissaire Enquêteur (C.E) : Cette observation est fondée, elle sera reprise dans les conclusions.

2/ Le RLP ne présente pas d'étude d'impact sur ses effets en matière d'affichage.

Après analyse de l'impact du futur RLP mené par UPE, les dispositifs concernés par la perte sèche de 50%, sont situés sur la RD34 (bd Pasteur, rue des Eparges) et en entrée de ville Est par l'avenue du Général Leclerc (N154), deux secteurs à fort enjeux paysager et patrimonial que la commune a choisi de protéger.

La ville a pour objectif de mener une opération de requalification à l'entrée de ville Est par l'avenue du Général Leclerc, qui sera notamment traduit dans la révision de PLU en cours. Des premiers projets ont été réalisés ou sont en cours afin de mener une mutation des fonctions commerciales/industrielles à une fonction plus résidentielle. C'est l'un des objectifs inscrit dans la délibération de lancement de la révision du PLU : « Requalifier les nombreuses friches commerciales/industrielles sur le territoire communal ». Ce grand projet de requalification urbaine et paysagère de cette entrée de ville ne doit pas demain, être pollué par la pose de grands panneaux publicitaires.

Concernant la RD34, il s'agit de deux tronçons de voies situés dans le périmètre de protection des monuments historiques. La commune ne souhaite donc pas permettre l'implantation de panneau en co-visibilité de ces monuments classés. La modification du classement sur cet axe au RLP entrainerait la nécessité de consulter de nouveau l'Architecte des Bâtiments de France qui avait validé le classement actuel.

La commune permet cependant, comme dans le RLP précédent, l'implantation de publicité « grands formats » sur les axes principaux de la commune et au sein des zones d'activités qui sont des secteurs concentrant le plus grand flux de circulation et donc le plus grand impact publicitaire. Il autorise également l'implantation de grands dispositifs de façon plus limitée dans les secteurs d'habitat.

C.E. Je prends note de la réponse qui sera analysée dans les conclusions.

4/ Les passerelles interdites, comment peuvent-elles être en harmonie et esthétiques (article 4.2) ?

La disposition sera modifiée comme suit :

« Les dispositifs permanents (passerelles, etc.) facilitant la pose d'affiches sont interdits à l'exception des passerelles intégralement repliables et qui demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser. »

Le règlement définit ensuite des règles esthétiques pour les dispositifs amovibles.

C.E. Je prends acte de la réponse.

5/ Complexité relative à l'alignement et à la limite séparative (3^e alinéa de l'article 4.3).

L'alignement correspond à la limite entre le domaine public (voies et trottoirs ou accotements) et le domaine privé. Pour plus de compréhension, cette définition pourra être ajoutée dans le règlement.

Il pourra effectivement être précisé que l'implantation obligatoire dans une bande de 10m à compter de l'alignement concerne la publicité murale et non le mur.

La distance de 8 m par rapport aux limites séparatives est maintenue car elle permet d'assurer une bonne visibilité des dispositifs depuis les voies et de veiller à leur bonne insertion paysagère en limitant leur densité.

Des schémas viendront illustrer ces deux dispositions dans le règlement.

C.E. Cette réponse apporte des précisions sur ce qu'il faut comprendre par « alignement ».

6/ Impossibilité d'avoir des dispositifs de même hauteur (2^e alinéa de l'article 4.4).

Le règlement inscrit d'ores-et-déjà une hauteur maximum des dispositifs scellés au sol ou posés directement sur le sol (6m maxi au-dessus du sol et 2,8m maxi pour les « pieds »), ce qui permet de limiter les différences de hauteur entre les panneaux.

La disposition qui vise à éviter l'« effet d'escalier » sera donc supprimée.

7/Difficulté d'avoir des dispositifs perpendiculaires à 2 faces (7^e alinéa de l'article 4.4).

L'arrière d'un panneau publicitaire n'étant pas très esthétique, la commune souhaite maintenir la disposition qui impose que les deux faces d'un panneau perpendiculaire à la voie soient équipées de publicités.

Des dérogations seront cependant ajoutées pour les voies à sens unique et lorsque l'une des faces est masquée par de la végétation ou une construction et n'est pas suffisamment visible depuis l'espace public.

C.E. Je prends note, comme pour la réponse précédente, de la souplesse ainsi apportée.

8/Définition de la limite séparative (8^e alinéa de l'article 4.4).

La définition de limites séparatives sera précisée (limites entre deux unités foncières).

La distance de 8m par rapport aux limites séparatives est maintenue. La commune souhaite être plus contraignante que le Code de l'Environnement sur ce point afin d'assurer une bonne visibilité des dispositifs depuis les voies et de veiller à leur bonne insertion paysagère en limitant leur densité. Un schéma viendra illustrer cette disposition.

C.E. Cette réponse est cohérente avec celle apportée à l'observation 5.

9/ « Proximité d'une construction », disposition pouvant être sujette à interprétation (9^e alinéa de l'article 4.4).

Cette disposition concerne les dispositifs scellés au sol et accolés à des constructions et permet d'éviter que les publicités soient plus larges ou « dépassent » des bâtiments, ce qui est inesthétique. La règle est modifiée comme suit pour plus de clarté : « Les dispositifs sur panneaux portatifs scellés au sol ou installés directement sur le sol en avant du plan d'une construction doivent s'inscrire parfaitement dans le plan du mur pignon sans dépasser les limites de la pente du toit ou du mur de l'édifice concerné. »

C.E. Je note le souci de clarification.

10/Dispositif à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation :

difficulté d'implantation (11^e alinéa de l'article 4.4).

Cette disposition vise à préserver le confort et le cadre de vie des habitants. Nous proposons cependant de faire évoluer cette règle afin d'inscrire des dérogations :

« Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits à moins de 10m d'une façade présentant une ou plusieurs ouvertures créant des vues directes. »

La définition d'« ouvertures créant des vues directes » sera ajoutée :

« Sont considérées comme des éléments constituant des vues directes (et considérées comme des baies assurant l'éclairage des pièces) au sens du présent règlement :

- les fenêtres ;
- les portes-fenêtres ;
- les balcons ;
- les loggias ;
- les terrasses situées à plus de 0,60 mètre du terrain naturel ;
- les lucarnes
- les châssis de toit situés à moins de 1,90 m du plancher.

Ne sont pas considérées comme constituant des vues directes au sens du présent règlement :

- les ouvertures en sous-sol à condition que la hauteur de l'ouverture au point le plus haut soit inférieure à 0,80 mètre par rapport au terrain naturel ;
- les ouvertures placées à plus de 1,90 mètres du plancher (y compris les châssis de toit partie basse) ;
- les ouvertures à soufflets de petite dimension (40 x 40 cm) ;
- les portes d'entrée pleines ;
- les châssis fixes et verre opaque (« verre dormant » translucide) ;
- les pavés de verre ;
- les terrasses situées à 0,60 mètre maximum du terrain naturel ;
- les vérandas en structure légère, sans soubassement maçonné ;
- la modification des vues directes et baies existantes ou leur remplacement, à condition qu'il n'y ait pas agrandissement.

C.E. Je prends acte des précisions apportées.

11/ Demande de transfert de zone 2 en zone 4 de certaines rues.

La RD34 (bd Pasteur, rue des Eparges) et l'entrée de ville Est par l'avenue du Général Leclerc (N154) sont deux secteurs à fort enjeux paysager et patrimonial que la commune a choisi de protéger. Leur classement en zone 2 sera donc maintenu.

La ville a pour objectif de mener une opération de requalification à l'entrée de ville Est par l'avenue du Général Leclerc, qui sera notamment traduit dans la révision de PLU en cours. Des premiers projets ont été réalisés ou sont en cours afin de mener une mutation des fonctions commerciales/industrielles vers une fonction dominante plus résidentielle. C'est l'un des objectifs inscrit dans la délibération de lancement de la révision du PLU : « Requalifier les nombreuses friches commerciales/industrielles sur le territoire communal ».

Concernant la RD34, il s'agit de deux tronçons de voies situés en périmètre de protection des monuments historiques. La commune ne souhaite donc pas permettre l'implantation de panneau en co-visibilité de ces monuments remarquables. La modification du classement sur cet axe au RLP entrainerait la nécessité de consulter de nouveau l'Architecte des Bâtiments de France qui avait validé le classement actuel.

12/ Demande de standardisation des dispositifs publicitaires à 10,50 m2 pour une surface d'affiche de 8 m2.

La disposition du règlement sera modifiée comme demandé.

13/ Un seul dispositif par unité foncière mais qu'en est-il des grandes unités (ex. le domaine ferroviaire) ?

Les articles 8.6 et 9.6 concernent les axes principaux et les zones d'activités. Un seul dispositif est autorisé par unité foncière. Pour les zones d'activités qui présentent de larges parcelles, un dispositif supplémentaire est autorisé pour les unités foncières ayant une largeur de façade supérieure à 40m. Ces dispositions visent à limiter la densité des dispositifs publicitaires afin de ne pas créer de pollution visuelle.

Afin de prendre en compte le cas particulier de la SNCF, la disposition suivante sera ajoutée :

« Pour les unités foncières ayant une largeur de façade supérieure à 80m, le nombre de dispositifs n'est pas limité mais une inter-distance de 80m devra être respectée entre chacun au-delà de 2 dispositifs. »

C.E. Cette réponse se veut pragmatique.

7-2 Observation de JCDecaux.

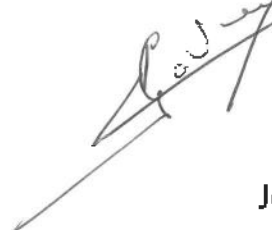
Maintien du libre-choix de la ville pour déployer ou non, sur le mobilier urbain, de la publicité lumineuse et gérer le format de celle-ci, en zone 2 et 3.

Les zones 2 et 3 du RLP sont respectivement une zone à fort enjeux patrimoniaux et paysagers et une zone d'habitat à faible potentiel en termes de publicité (peu de passage, peu d'« occasion de voir », etc.).

La commune ne souhaite donc pas impacter ces zones avec une publicité de grand format ou trop visible. C'est pour cette raison que la publicité lumineuse est limitée à 2m² et à de la publicité numérique. La commune ne souhaite donc pas faire évoluer les articles 6.7 et 7.7.

Fait à Chartres le 27 janvier 2023

Le commissaire enquêteur



Jean GODET

Annexes

1/ Arrêté municipal du 26 octobre 2022 (ARR2022-575) prescrivant l'ouverture d'une enquête publique.

2/ Courrier à M. le Maire de Dreux demandant la prolongation de l'enquête.

3/Arrêté municipal du 1^e décembre 2022 (ARR2022-580)prolongeant l'enquête de 15 jours.

4/ Publicités légales dans les journaux locaux.

5/ Attestation de certificat d'affichage.

6/ Procès-verbal de synthèse remis au Maître d'ouvrage.

7/ Mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse.

NB. Le registre d'enquête publique, avec le document déposé d'observations et le courrier adressé au commissaire-enquêteur ont été remis et conservés par le Service Urbanisme de la ville de Dreux.

DIRECTION DE L'AMENAGEMENT DURABLE
SERVICE URBANISME

Ouverture d'une enquête publique relative au projet de révision du Règlement Local de Publicité

Le Maire de DREUX,

Vu le code général des Collectivités Territoriales,

Vu le Code de l'environnement et notamment les articles L.123-1 à L.123-9, R.123-1 et suivants, l'article L.581-14-1 disposant que le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre Ier du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L.153-45 et des dispositions transitoires du chapitre IV du titre VII du Code de l'urbanisme,

Vu le Code de l'urbanisme et notamment ses articles L.153-41 et suivants, R. 153-8 à R.153-10,

Vu la délibération n°DEL2019-148 du conseil municipal en date du 02 octobre 2019, prescrivant la révision du Règlement Local de la Publicité (RLP), précisant les objectifs poursuivis et fixant les modalités de la concertation,

Vu la délibération n°DEL2021-160 du conseil municipal en date du 25 novembre 2021 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité,

Vu la décision n°E22000111 /45 du Tribunal Administratif d'Orléans en date du 22 septembre 2022 désignant M. Jean GODET en qualité de commissaire-enquêteur,

Vu les pièces du dossier de révision du Règlement Local de Publicité soumises à enquête publique,

ARRÊTE

ARTICLE 1ER – Il sera procédé pendant **30 jours consécutifs** à une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité de Dreux du **21 novembre 2022 à 9h au 20 décembre 2022 à 17h**. Cette enquête est régie par les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants du Code de l'environnement, et ce conformément à l'article L.153-41 du Code de l'urbanisme.

ARTICLE 2 – Monsieur Jean GODET a été désigné en qualité de commissaire-enquêteur par Madame la Présidente Déléguée du Tribunal Administratif d'ORLÉANS.

ARTICLE 3 - Les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête à feuillets non mobiles, côté et paraphé par le Commissaire-Enquêteur, seront déposés au Guichet Unique – 18 Rue des Gaults – 28100 Dreux pendant la durée de l'enquête publique mentionnée à l'article 1er, aux jours et heures habituels d'ouverture.

Le dossier sera également consultable sur le site www.dreux.com.

Chacun pourra prendre connaissance du dossier et consigner éventuellement ses observations :

- sur le registre d'enquête
- ou les adresser, par écrit, à l'adresse suivante :
Monsieur le Commissaire-Enquêteur (enquête publique sur le projet de RLP) – MAIRIE DE DREUX, Service Urbanisme, 2 rue de Châteaudun, 28100 DREUX
- ou également par voie électronique : urbanisme@ville-dreux.fr (objet du courriel : enquête publique sur le projet de RLP)

ANNEXE 2

Jean GODET

85 bis rue de Reverdy

28000 CHARTRES

A Monsieur le Maire de Dreux

2 rue de Châteaudun

28103 DREUX cedex

Chartres le 22 novembre 2022

Monsieur le Maire,

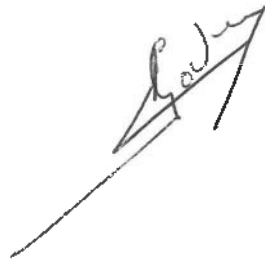
En tant que commissaire enquêteur désigné par décision prise par Madame la Présidente déléguée du Tribunal Administratif d'Orléans en date du 22 septembre 2022 et chargé, par votre arrêté en date du 26 octobre 2022, de conduire l'enquête publique relative au projet de révision du Règlement Local de Publicité, je juge nécessaire et opportun, après consultation et échanges avec Madame DESMOUILLIERES, responsable du service Urbanisme, de pouvoir prolonger l'enquête jusqu'au 4 janvier 2023 inclus, soit 15 jours supplémentaires par rapport à la date de clôture initialement prévue dans votre arrêté d'ouverture d'enquête et ce conformément à l'article L123-9-3^e alinéa du code de l'environnement.

En effet, le premier avis d'enquête publié dans les 2 journaux d'annonces légales comporte une coquille au niveau des dates de fin d'enquête (20/11 au lieu du 20/12/2022) source de vice de forme pouvant entraîner l'annulation de toute la procédure et des conclusions de l'enquête, en cas de contestation devant le Tribunal Administratif.

La bonne information du public, primordiale et très réglementée par les textes (articles L123-10 et R123-9 du code de l'environnement) et le souci de sécurité juridique de l'enquête motivent cette demande de prolongation.

Aussi, je vous saurais gré de bien vouloir prendre un nouvel arrêté prolongeant l'enquête ainsi que les mesures de publicité nécessaires à la connaissance du public.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Maire, l'expression de mes salutations distinguées.



Copie à Madame Séverine Desmouillères

**DIRECTION DE L'AMÉNAGEMENT DURABLE
SERVICE URBANISME**

Prolongation de l'enquête publique relative à la révision du Règlement Local de Publicité

Le Maire de DREUX,

Vu le code général des Collectivités Territoriales,

Vu le Code de l'Urbanisme,

Vu le Code de l'environnement et notamment ses articles L123-1 et suivants ainsi que ses articles L581-14 et suivants,

Vu la loi n°83-630 du 12 juillet 1983 relative à la démocratisation des enquêtes publiques et à la protection de l'environnement et son décret d'application modifié du 23 avril 1985,

Vu la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et son décret d'application du 30 décembre 2011 portant modification des enquêtes publiques,

Vu le décret n°2011-2018 du 29 décembre 2011 portant réforme de l'enquête publique relative aux opérations susceptibles d'affecter l'environnement,

Vu la loi n°2016-1087 du 8 août 2016 pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages, notamment en ce qu'elle modifie le Code de l'environnement lequel régit les dispositions de la présente enquête publique,

Vu l'ordonnance n°2017-80 du 26 janvier 2017 relative à l'autorisation environnementale,

Vu la loi n°2018-148 du 2 mars 2018 ratifiant les ordonnances n°2016-1058 du 3 août 2016 relative à la modification des règles applicables à l'évaluation des projets, plans et programmes et n°2016-1060 du 3 août 2016 portant réforme des procédures destinées à assurer l'information et la participation du public à l'élaboration de certaines décisions susceptibles d'avoir une incidence sur l'environnement,

Vu la délibération n°DEL2019-148 de lancement de la révision du Règlement Local de Publicité définissant les modalités de concertation de la révision dudit document de la commune de Dreux en date du 2 octobre 2019,

Vu la délibération n°DEL2021-160 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité, en date du 25 novembre 2021.

Vu la décision n° E22000111/45 du Tribunal Administratif d'Orléans en date du 22 septembre 2022 désignant M. GODET Jean en qualité de commissaire-enquêteur.

Vu l'arrêté n°ARR2022-575 en date du 26 octobre 2022 prescrivant l'enquête publique de la révision du Règlement Local de Publicité,

Vu les pièces du dossier de révision du Règlement Local de Publicité soumis à enquête publique,

Considérant la demande de prolongation de l'enquête publique de M. GODET Jean, commissaire-enquêteur.

ARRÊTE

ARTICLE 1 : L'enquête publique sur le projet de révision de droit commun du Règlement Local de Publicité de Dreux, initialement prévue du 21 novembre 2022 à 9h au 20 décembre 2022 à 17h, est prolongée de 15 jours, soit jusqu'au 4 Janvier 2023 à 17h, pour une durée totale d'enquête de 45 jours consécutifs.

En conséquence, le commissaire-enquêteur tiendra une permanence supplémentaire pour la réception du public le 4 janvier 2023 de 14h à 17h à la Mairie de Dreux, 2 rue de Châteaudun, 28100 Dreux.

Cette enquête est régie par les articles L.123-2 et suivants et R.123-2 et suivants du Code de l'environnement, et ce conformément aux articles L.581-14 et suivants du Code de l'environnement.

ARTICLE 2 : Les autres dispositions de l'arrêté ARR2022-575 en date du 26 octobre 2022 restent inchangées.

ARTICLE 3 : Le présent arrêté fera l'objet d'un avis au public dans deux journaux locaux. Un avis sera également affiché à la Mairie de Dreux et sera publié par tout autre procédé en usage dans la commune.

ARTICLE 4 : Copie du présent arrêté sera adressée à :

- Monsieur le Sous-Préfet de l'Arrondissement de DREUX.
- Monsieur le Commissaire-Enquêteur.
- Monsieur le Président du Tribunal Administratif.

ARTICLE 5 : Le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif d'Orléans, dans un délai de deux mois, à compter de sa publication ou notification. Le tribunal administratif peut être saisi par l'application informatique «Télérecours citoyens» accessible par le site internet <http://www.telerecours.fr/>.

Fait à Dreux, le 01 DEC. 2022

Le Maire,
Conseiller régional,



Pierre-Frédéric BILLET

Document certifié exécutoire
Après dépôt à la Sous-Préfecture de DREUX le
Publication, Notification ou Affichage le

Avis d'obsèques / Annonces classées

AVIS D'OBSÈQUES

Retrouvez vos avis sur **lecho republicain.fr** et **dansnoscoeurs.fr**

Pour nous contacter **obsèques@centrefrance.com**

Les obsèques célébrées ce jour*
- Eure-et-Loir -
Condoléances sur **www.dansnoscoeurs.fr**

- Rumigny-sous-Aunay**
15 h 00 : Raymond DELAIR, en l'église Saint-Eloi.
- Baillevé-Armenonville**
10 h 00 : Claude LEFROY, en l'église.
- Châteaudeau**
14 h 30 : Gilbert JANVIER, en l'église du sacré cœur.
- Dansemont-Saint-Momès**
10 h 00 : Jacqueline PROUST, en l'église.
- Fréteigny**
14 h 30 : Claude NORMAND, en l'église.
- Le Coudray**
10 h 00 : Gilbert MOUJIN, en l'église Saint-Julien-de-Brioude.
- Luigny**
10 h 00 : Guy DUJACQUES, en l'église.
- Senonches**
14 h 30 : Stéphanie DELAGE, en l'église Notre-Dame.
- Toury**
10 h 30 : Lucette HUBERT, en l'église Saint-Denis.
- Vernouillet**
10 h 00 : Jean CAMBERLIN, au cimetière.
14 h 30 : André SARRADIN, en l'église.
15 h 30 : Jean-Louis CHENU, au crématorium.

(* Les obsèques célébrées ce jour, ayant fait l'objet d'un avis dans le journal.

VERNOUILLET

Mme Mireille MARTIN, son épouse ;
Ses enfants ;
M. Michel LEFLOCH et son fils,
Ainsi que toute la famille
ont la tristesse de vous faire part du décès de

Monsieur Jean-Claude MARTIN

survenu le 21 novembre 2022, dans sa 82^e année.

Une cérémonie civile sera célébrée le **mardi 29 novembre 2022, à 15 h 30**, au crématorium de Vernouillet.

PF, Dreux (02.37.46.00.16).

86942

CAPEIX

SARL
26 LD Avenue 28300 Morsault
Capital social : 5 000 Euros
Numéro SIREN : 833 710 973 RCS Chartres

AVIS

Par délibération en date du 28 octobre 2022, l'assemblée générale extraordinaire, statuant en application de l'article L229-42 du Code de Commerce, a décidé qu'il n'y avait pas lieu à dissolution malgré un actif net inférieur à la moitié du capital social. Le dépôt légal sera effectué au registre du commerce et des sociétés de Chartres.

Pour avis et mention le gérant, Laurent Aragon

180292

ANNONCES LÉGALES ET ADMINISTRATIVES

COMMUNE DE DREUX (28100)

AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

PROJET RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Par arrêté, le maire de Dreux a prescrit l'ouverture d'une enquête publique relative au projet de révision du Règlement Local de Publicité.

L'enquête se déroulera au Guichet Unique de Dreux - 11 rue des Galles - 28100 DREUX, du 21/11/2022 - 5h au 20/12/2022 - 17h, aux jours et heures habituels d'ouverture.

Le dossier d'enquête publique peut être consulté sur le site internet suivant : www.dreux.com et des observations peuvent être consignées dans le registre disponible au Guichet Unique, par courrier adressé à Monsieur le Commissaire Enquêteur (enquête publique sur la révision du RL) - Mairie de Dreux - Service Urbanisme - 2 rue de Châteaudeau - 28100 Dreux ou par voie électronique :

urbanisme@ville-dreux.fr (objet du courriel : enquête publique sur la révision du RL).

M. le commissaire enquêteur tiendra des permanences :
En Mairie de Dreux - 2 Rue de Châteaudeau - 28100 Dreux, aux jours et horaires suivants :

- Mardi 22 novembre de 9h à 12h
- Jeudi 5 décembre de 9h à 12h
- Mardi 30 décembre de 9h à 17h

A l'issue de l'enquête publique, et au regard du rapport et des conclusions du commissaire enquêteur, le conseil municipal décidera d'approuver ou non ce dossier.

18479

SOURS

Marie-Jo PERROT, sa compagne ;
Alexiane et Déborah, ses belles-filles,
et Gabin ;
Dominique et Isabelle EGASSE,
Michel (*) et Françoise EGASSE,
Antoine et Isabelle EGASSE,
Gilles (*) et Catherine EGASSE,
ses frères et belles-sœurs ;
Ses neveux et nièces,
Ainsi que toute la famille
ont la douleur de vous faire part du décès de

Monsieur François EGASSE

survenu le 21 novembre 2022, dans sa 69^e année.

La cérémonie religieuse sera célébrée le **lundi 28 novembre 2022, à 15 heures**, en l'église de Sours.

Cet avis tient lieu de faire-part et de remerciements.
PF Denègue, Mainvilliers.

86943

ANNONCES LÉGALES

Retrouvez toutes les publications sur www.centrefrancellegales.com

04.73.17.31.27

legales@centrefrance.com

Par arrêté préfectoral, notre journal est habilité à la publication des annonces judiciaires et légales sur l'ensemble du département de l'Eure-et-Loir au tarif en vigueur fixé par l'arrêté du 19 novembre 2022 relatif à la tarification et aux modalités de publication de ces annonces.

VIE DES SOCIÉTÉS

SON ONYSD

un capital de 1 500 euros
Siège social : 8 rue du général 28480 THIRON GARDAIS
027 489 043 RCS CHARTRES

CHANGEMENT DE GÉRANT

Aux termes du procès-verbal de l'assemblée générale extraordinaire du 15 octobre 2022, Madame RIGOT Candyline, demeurant 12 rue principale 28480 LA CROIX DU PERCHÉ, madame HUET Margotte, demeurant 1 chemin du chêne 28400 TRIZAY COUTRETOT SAINT SERGE et Madame RAUH Nathalie, demeurant rue de la chapelle 28240 LE THOUILLON ont été nommés gérantes de la société en remplacement de Madame KASONGO KANYINDA Brigitte, et ce à compter du 15 octobre 2022. Pour avis.

18475



CENTRE FRANCE PUB
Annonces légales

Votre partenaire LOCAL pour vos diffusions NATIONALES

04 73 17 31 27 | legales@centrefrance.com
www.centrefrancellegales.com

90132

VENTES MOBILIÈRES ET IMMOBILIÈRES



VENTE AUX ENCHÈRES PUBLIQUES
le mardi 20 décembre 2022 à 11 heures
A la chambre des notaires de Chartres
(28), 54, rue Chanzy

HANGAR
PRASVILLE (28150), 5 rue de Bel Air
Hangar de 500 m² env. en mauvais état.
Terrain de 2 483 m².

Mise à prix **10.000 €**

Consignation par virement bancaire : 4 000 €.
Vente sur site (par sms) : 8 décembre à 14h.

M^e Sylvie Le JOUBROUX, notaire à VMY (82)

Infos : veronique.pasquereau@cmv.fr
ou 06 33 02 90 14
www.immobilier.notaires.fr

18408



CENTRE FRANCE PUB
Annonces légales

Offre Privée - Droit Public

Notre équipe d'experts
vous accompagne pour la diffusion de vos annonces légales

30 000 ANNONCES LÉGALES

+ de 400 THÈMES DIFFUSÉS

20 ANS D'EXPÉRIENCE

1 DÉPARTÉMENT

04 73 17 31 27 | legales@centrefrance.com
www.centrefrancellegales.com

L'ÉCHO

58 9 Conseil d'administration au capital de 760 000 €

Présidente-Directrice générale,
Directrice de la publication : Marie Véronique BOCHET-CAIGREMAN
Rédacteur en chef : M. Sébastien BESSE

Principale actionnaire :
S.A. LA MONTAGNE au capital de 608 796,07 € - RC 856 200 159
Commission paritaire n° 0725 C 87098 - ISSN : n° 0562-2970
SIÈGE SOCIAL, RÉDACTION : 3, rue aux Ormes
28006 Chartres CEDEX. Téléphone 02.37.48.48.48
IMPRIMERIE : GCF - Allée des Bœufiers, 89000 Luzeac

- 1 - PUBLICITÉ LOCAL : CENTRE FRANCE PUBLICITÉ, 3, rue aux Ormes - 28008 Chartres - Tél. 02.37.68.88.25
- 2) Publicité commerciale - Tél. 04.73.17.31.20
- 3) Annonces officielles - Tél. 04.73.17.31.22
- 4) Emploi : certifiés et professionnels - Tél. 04.73.17.31.26
- 5) Avis d'obsèques - Tél. 04.73.17.31.41

II - PUBLICITÉ NATIONALE : 366 SAS - 101, boulevard Mural - CS 81724 - 75771 Paris Cedex 16 ;
Publicité commerciale - Tél. 01.90.48.93.66

Centre France
Journal inscrit sur du papier recyclé fabriqué en France, obtenu de l'écoblanc sous le numéro FR05701, et produit à partir de fibres recyclées à hauteur de 80 % et de fibres vierges issues de forêts gérées durablement. L'association des journaux est de 0,02 g par page.

ANNEXE 5

Le 9 décembre 2022

Département d'Eure-et-Loir



Ville de Dreux

OBJET : REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE - AFFICHAGE


CERTIFICAT D'AFFICHAGE

➤ Je soussigné, Jean-Michel POISSON, Premier Adjoint au Maire, de la Ville de DREUX, certifie :

➤ Que l'avis informant les habitants de l'ouverture dans la Commune, de l'enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité et l'avis de prolongation de ladite enquête publique ont été affichés :

- AU GUICHET UNIQUE ;
- L'ACCUEIL MAIRIE DE DREUX PRINCIPALE ;
- LE SERVICE URBANISME DE LA VILLE DE DREUX
- ET DANS LE PANNEAU DE L'URBANISME EN MAIRIE DE DREUX (EXTERIEUR SOUS VITRINE) ;
- LES MAISONS PROXIMUM (HAMEAUX DE PAUL-BERT, CENTRE- VILLE, Ste EVE, LES ROCHELLES, LES BATES, DUNANT- KENNEDY) ;
- L'ACCUEIL DU CCAS ;
- LE COMMISSARIAT DE POLICE MUNICIPALE

➤ En foi de quoi, le présent certificat est délivré pour servir et valoir ce que de droit.

Jean-Michel POISSON,

Premier Adjoint au Maire.

ANNEXE 6

**PROCES-VERBAL DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE RELATIVE AU
PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA VILLE DE DREUX**

EP N° E22000111/45

Commissaire enquêteur

Jean GODET

Vu l'arrêté municipal de Monsieur le Maire de Dreux en date du 26 octobre 2022 (ARR2022-575) prescrivant l'ouverture d'une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Dreux,

Vu la décision n°E22000111/45 de Madame la Présidente- déléguée du Tribunal Administratif d'Orléans en date du 22 septembre 2022 me désignant en qualité de commissaire-enquêteur,

J'ai, à l'issue de l'enquête publique, établi le procès-verbal de synthèse suivant.

ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE

A la suite de ma désignation par le Tribunal Administratif, j'ai pris contact avec Madame Séverine DESMOUILLIERES, Responsable du Service Urbanisme de la mairie de Dreux et chargée du dossier. Le lundi 10 octobre 2022, je me suis déplacé pour la rencontrer.

La réunion a porté sur la procédure du RLP, l'historique et les différentes phases d'élaboration du projet, les caractéristiques du territoire. Cet échange a conduit à définir les modalités de l'enquête : la durée, le nombre, les dates et horaires des permanences, le recueil des observations, le contenu de l'arrêté d'enquête, les mesures de publicité.

L'enquête publique sur le projet de révision du RLP a fait l'objet d'un arrêté de Monsieur le Maire de Dreux en date du 26 octobre 2022.

La durée de l'enquête a été fixée à 30 jours, soit du lundi 21 novembre 2022 au mardi 20 décembre 2022 inclus. Durant l'enquête, 3 permanences ont été arrêtées en mairie de Dreux :

- le mardi 22 novembre 2022 de 9h à 12h ;
- le lundi 5 décembre 2022 de 9h à 12h ;
- le mardi 20 décembre de 14h à 17h.

Toutefois, la première publication de l'avis d'enquête dans les 2 journaux d'annonces légales ayant été entachée d'une coquille concernant les dates de l'enquête, j'ai, dans le souci de sécuriser juridiquement la procédure, demandé à Monsieur le Maire, dans un courrier adressé le 22 novembre 2022, de prolonger de 15 jours la durée de l'enquête et de procéder aux mesures de publicité complémentaires.

Monsieur le Maire de Dreux a répondu favorablement à ma demande et a pris un nouvel arrêté le 1^e décembre 2022 (ARR2022-580) prolongeant l'enquête. En conséquence, l'enquête a été prolongée de 15 jours pour une durée totale de 45 jours, soit jusqu'au 4 janvier 2023 avec une permanence supplémentaire ce même jour, de 14h à 17h, à la mairie.

L'avis d'enquête publique et l'avis de prolongation de l'enquête ont fait l'objet d'un affichage aux couleurs et formats requis, du 8 novembre 2022 au 5 janvier 2023, sur les panneaux de la mairie, au Guichet Unique et dans une dizaine d'endroits de la commune. La publicité légale de l'avis d'ouverture et de prolongation de l'enquête a bien été respectée. Ainsi les avis ont fait l'objet d'une publication dans l'Echo Républicain et dans l'Action l'Echo des 3 novembre 2022, 24 novembre 2022 et, respectivement, des 7 et 8 décembre 2022.

En dehors des permanences, le dossier d'enquête était consultable au Guichet Unique, 18 rue des Gaults à Dreux, aux jours et heures habituels d'ouverture ainsi que sur le site www.dreux.com.

Enfin, le public pouvait adresser ses observations par courrier à Monsieur le commissaire-enquêteur à la mairie de Dreux ou à l'adresse électronique urbanisme@ville-dreux.fr avec objet : enquête publique sur le projet de RLP.

Le vendredi 18 novembre, je me suis rendu dans les locaux du Service Urbanisme afin de parapher le dossier mis à disposition du public. Mes déplacements à Dreux, les 10 octobre et 18 novembre 2022, ont été mis à profit pour une visite des principaux secteurs définis dans le projet de RLP.

Les locaux mis à disposition par la mairie permettaient de recevoir le public dans de bonnes conditions. Toutefois, l'objet de l'enquête n'a pas passionné le public qui ne s'est pas déplacé. Seul, le représentant de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) s'est présenté et m'a remis un document de 38 pages que j'ai annexé au registre, document qui m'avait aussi été adressé par courriel. Par ailleurs, j'ai été destinataire d'un courrier recommandé de 3 pages signé du Directeur Régional de la société JCDecaux, annexé également au registre.

Les 2 documents précités contiennent au total 14 observations.

SYNTHESE DES OBSERVATIONS

1/OBSERVATIONS ECRITES DE L'UPE

Le document de l'UPE fait un long préalable sur la place, le poids, le rôle dans l'économie locale de la publicité, notamment de la communication extérieure, et sur son aspect déjà très réglementé et très engagé dans la transition écologique.

L'UPE fait référence à une étude du cabinet DELOITTE de 2017 qui démontre l'impact positif du secteur de la publicité en termes de croissance et d'emplois. L'investissement publicitaire a, d'après cette étude, un impact multiplicateur de 7,85 sur l'économie en général et contribue directement ou indirectement à la création de 536000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.

La communication extérieure est un outil de communication locale et multiple qui représente 2000 sociétés nationales et 15000 salariés. Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur internet sans bénéfice pour la collectivité et l'emploi local.

La communication extérieure est en progression constante liée au développement des transports en commun, à l'urbanisation croissante et aux temps de transport.

Les annonceurs locaux ont besoin d'outils de communication pour leur notoriété, annoncer leur activité, se faire connaître et reconnaître dans leur zone de chalandise. Dans le territoire de Dreux, l'affichage représente 23,30% des investissements publicitaires locaux, loin devant la PQR. 526 annonceurs locaux communiquent par le biais de la publicité qui participe au dynamisme du territoire.

Une dédensification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure favorisant un report des investissements publicitaires vers internet non impacté par la réglementation à ce jour. Pour être efficace, l'audience nécessite d'être présent dans les secteurs et axes où se concentrent les déplacements.

La communication extérieure est déjà un média particulièrement réglementé. En rajouter, c'est favoriser la publicité numérique possédée par les GAFA qui échappent aux dispositifs fiscaux européens.

Sans attendre les dispositions réglementaires, les opérateurs ont su tenir compte des attentes environnementales de la population : unité foncière, réduction du format, esthétisme, affiches papier qui répondent à des exigences strictes.

La communication extérieure est un média engagé en faveur de la transition écologique (réduction des émissions de CO2) et de la sobriété énergétique (minimum 10% en 2 ans).

Après ces considérations générales, l'UPE formule un certain nombre d'observations sur le projet de RLP :

1-1/Le RLP doit être lisible et source de sécurité juridique. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation par les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter. Pour cela, les règles doivent être simples, précises et accessibles.

1-2/ Le RLP ne présente pas d'étude d'impact, ce qu'a fait l'UPE qui chiffre à 50% la perte du parc « grand format ».

S'agissant d'un opérateur « grand format », il n'est pas tenu compte des possibilités de transformation en formats 2 m2 et 4 m2. Tel que présenté, le projet de RLP a pour conséquence une perte sèche de 50% du parc « grand format » sur le domaine privé et sur le reste, l'annonceur doit le transformer. Pour les clients, c'est une perte d'audience et un affaiblissement très important du média qui peut se poser la question : quel est l'intérêt de rester ?

1-3/La rédaction de l'article 4.2 est source d'insécurité juridique.

Les dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes : « ...présenter des qualités esthétiques et de design... » et « Ces teintes doivent s'intégrer parfaitement dans l'environnement immédiat du lieu où les dispositifs sont installés. » sont sources d'insécurité juridique et l'UPE demande une formulation qui ne puisse pas donner lieu à interprétation.

1-4/Article 4.2 : comment les passerelles qui sont interdites peuvent-elles être en harmonie et esthétiques ?

1-5/Article 4.3 : les dispositions du 3^e alinéa sont complexes à mettre en œuvre et très pénalisantes.

La référence de l'alignement n'est pas précisée (route, domaine public), la limite séparative inclut-elle le domaine public ? La disposition tient compte du positionnement du support et non pas du dispositif.

Pour l'UPE, la densité de l'habitat ne permet pas de concilier les 2 limites parce que la référence prise est le mur supportant la publicité. Or le dispositif sur

support mural ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel existant et matériel. En conséquence, elle demande la suppression de cet alinéa.

1-6/Article 4.4 : les dispositions du 2^e alinéa sont impossibles à mettre en œuvre.

Ces dispositions ne tiennent pas compte du design propre à chaque opérateur. De plus, pour un même format, les pieds réalisés de façon standard ne peuvent être ajustés au regard d'un dispositif d'un autre opérateur positionné sur une unité foncière voisine. Enfin, dans le respect des limites fixées par le règlement, un dispositif de format 2 ou 4 ne pourra jamais être positionné à la même hauteur qu'un dispositif de 12 m².

Aussi, l'UPE demande la suppression de ces dispositions.

1-7/ Article 4.4 7^e alinéa : de nombreux aléas empêchent l'exploitation de dispositifs perpendiculaires avec 2 faces.

La végétation, les constructions, une voie à sens unique peuvent être des obstacles aux dispositifs perpendiculaires avec 2 faces. Aussi, à l'image de la disposition concernant l'habillage arrière des dispositifs implantés en pan coupé ou parallèle à l'axe, l'UPE suggère de réécrire l'alinéa de la façon suivante :

« Pour tout dispositif qui ne comporte de message que sur une seule face, la face libre doit être habillée d'un bardage peint ou d'un matériau durable esthétique en harmonie avec l'ensemble du dispositif ».

1-8/ Article 4.4 8^e alinéa : cette disposition appelle les mêmes remarques que pour les dispositifs muraux, notamment sur la définition de la limite séparative (1-5/ ci-dessus).

Le Règlement National de Publicité (RNP) prévoit une distance de H/2 du dispositif de la limite séparative. Remettre en cause cette disposition impliquerait un déplacement de tous les mobiliers réglementaires au projet et des travaux importants de scellements.

Aussi, l'UPE suggère l'application du RNP qui impose une distance de H/2. A défaut, il faudrait préciser que la notion de limite séparative s'applique entre 2 propriétés privées.

1-9/ Article 4.4 9^e alinéa : cette disposition possède plusieurs éléments pouvant être sujets à interprétation, notamment « à proximité d'une construction ».

La multiplication des règles liées aux conditions d'implantation d'un dispositif empêchera de fait toute implantation à proximité d'une construction et pourrait être assimilée à une interdiction déguisée. Aussi, l'UPE suggère la suppression de cette disposition.

1-10/ Article 4.4 11^e alinéa : l'interdiction, cumulée aux règles de voisinage déjà prévues par le RNP, d'un dispositif à moins de 10m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond, même non voisin, lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, limite très fortement les possibilités d'implantation.

Pour l'UPE, outre des coûts de déplacements importants pour les sociétés d'affichage, cette disposition n'a aucune valorisation environnementale, le dispositif pouvant être déplacé sur la même unité foncière et il peut y avoir des ouvertures dans les façades hors pièces de vie.

En conséquence, l'UPE propose de supprimer cette disposition. A défaut et tenant compte de la volonté de la ville de protéger le bâti, le cadre de vie sur rue et les résidents, elle suggère la rédaction suivante : « Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue) jusqu'à une distance de 5m de ces façades ».

1-11/L'UPE demande le transfert de la zone 2 à la zone 4 (axes principaux) de l'avenue du Général Leclerc (sur tout ou partie), du boulevard Pasteur et de la rue des Eparges.

Ceci afin de garantir aux annonceurs une couverture homogène du territoire et une audience sur les principaux axes.

1-12/Article 7.1 : la limitation à 8 m² des dispositifs publicitaires sur bâtiments, clôture ou mur correspond en fait à un format d'affiche de 6,70 m² qui empêche toute standardisation des processus de production, ce qui est un non-sens économique et écologique.

Pour l'UPE, il convient de tenir compte des éléments d'encadrement afin de déterminer la surface unitaire maximale encadrement compris. La très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour sont au format 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de mobiliers en France tout en conservant un format d'affiche universel. Le ministère de la Transition écologique a d'ailleurs publié en 2019 une fiche relative aux modalités de calcul des formats de publicité d'où il ressort que les

collectivités peuvent retenir dans leur RLP un format d'encadrement de 10,50 m² pour une surface d'affiche de 8 m².

L'UPE propose donc la formulation suivante : « La surface unitaire et utile d'affichage n'excède pas 8 m², la surface du dispositif (affiche et encadrement) n'excède pas 10,50 m². »

1-13/ Articles 8.6 et 9.6 : un seul dispositif par unité foncière est autorisé et pour les unités foncières ayant une largeur de façade supérieure à 40 m, un dispositif supplémentaire est autorisé. Or, qu'en est-il du domaine ferroviaire, très important sur Dreux, qui présente 2 particularités : une unité foncière dont les parcelles sont gérées par un propriétaire unique, un seul opérateur gère l'exploitation publicitaire de ce territoire permettant l'instauration de règles d'interdistance entre dispositifs ?

A partir de cet exemple, là où la communication extérieure scellée au sol est autorisée, l'UPE suggère des règles simples d'application valables pour les 2 articles précités :

- 1 seul dispositif sur son emplacement,
- interdistance de 80 m entre chaque dispositif,
- aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

2/ OBSERVATION ECRITE DE JCDecaux

Sous la signature de Monsieur Antoine GUITTON, Directeur Régional, le courrier de JCDecaux axe son propos sur le mobilier urbain susceptible de recevoir de la publicité à titre accessoire.

Le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu proche des usagers (services publics des transports et de l'information). Les recettes publicitaires permettent de financer l'ensemble des services qui leur sont rattachés et font partie de l'équilibre économique prévu au sein des contrats de mobiliers urbains.

Supports de publicité à titre accessoire (article R 581-42 du code de l'environnement), ils ne sont pas assimilés à un dispositif publicitaire dont le principal objet est de recevoir de la publicité. Cette spécificité explique le traitement distinct du mobilier urbain dans le code de l'environnement (sous-section spécifique) comme dans le projet de RLP (articles spécifiques).

Contrairement aux autres dispositifs publicitaires, le mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité, dans le cadre du contrat public, au titre des autorisations d'occupation du domaine public, dans les périmètres protégés.

Le mobilier urbain étant déjà très réglementé, le RLP doit donc être un document permettant à la collectivité de définir et répondre à ses besoins. Or, JCDecaux relève dans le projet de RLP des dispositions à adapter afin de répondre aux objectifs rappelés ci-dessus.

En zone 2 et 3, le RLP prévoit une interdiction de publicité lumineuse en dehors des publicités numériques avec une limitation de la surface de ces dernières à 2 m². Or la commune ayant la compétence entière pour décider de l'implantation de mobiliers urbains supportant de la publicité lumineuse sur son territoire, notamment au titre des autorisations préalables délivrées par le maire, il est essentiel, pour celle-ci, de maintenir son libre choix de déployer ou non, de la publicité lumineuse sur mobilier urbain.

En conséquence et en cohérence avec les articles spécifiques relatifs aux dispositifs sur mobilier urbain (articles 4.9, 5.4, 6.4, 7.4 ,8.4 et 9.4), JCDecaux préconise, dans un souci de lisibilité et de sécurité juridique du RLP, de préciser les articles 6.7 et 7.7 comme suit :

« La publicité lumineuse est interdite en dehors des publicités numériques qui ne doivent pas excéder 2 m². Conformément à l'article 4.9 du présent règlement, la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain est autorisée selon la réglementation en vigueur. »

CONCLUSION

En foi de quoi, j'ai établi le présent procès-verbal remis à Madame Séverine DESMOUILLIERES, Responsable du Service Urbanisme de la mairie de Dreux, et à Monsieur Alexandre RAKOTOVAHINY, Chargé d'études, qui disposent de 15 jours pour m'adresser, dans un mémoire, leurs réponses et remarques aux observations et demandes rassemblées dans la synthèse ci-dessus.

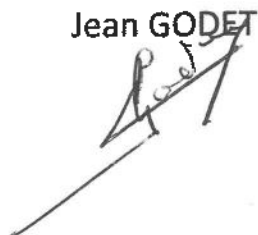
Fait à Chartres le 9 janvier 2022

Document établi en 2 exemplaires et remis en main propre.

Le commissaire enquêteur

Pour la ville de Dreux

Jean GODET



ANNEXE 7

**PROCES-VERBAL DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE RELATIVE AU
PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
DE LA VILLE DE DREUX**

EP N° E22000111/45

Commissaire enquêteur

Jean GODET

Vu l'arrêté municipal de Monsieur le Maire de Dreux en date du 26 octobre 2022 (ARR2022-575) prescrivant l'ouverture d'une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Dreux,

Vu la décision n°E22000111/45 de Madame la Présidente-déléguée du Tribunal Administratif d'Orléans en date du 22 septembre 2022 me désignant en qualité de commissaire-enquêteur,

J'ai, à l'issue de l'enquête publique, établi le procès-verbal de synthèse suivant.

ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE

A la suite de ma désignation par le Tribunal Administratif, j'ai pris contact avec Madame Séverine DESMOUILLIERES, Responsable du Service Urbanisme de la mairie de Dreux et chargée du dossier. Le lundi 10 octobre 2022, je me suis déplacé pour la rencontrer.

La réunion a porté sur la procédure du RLP, l'historique et les différentes phases d'élaboration du projet, les caractéristiques du territoire. Cet échange a conduit à définir les modalités de l'enquête : la durée, le nombre, les dates et horaires des permanences, le recueil des observations, le contenu de l'arrêté d'enquête, les mesures de publicité.

L'enquête publique sur le projet de révision du RLP a fait l'objet d'un arrêté de Monsieur le Maire de Dreux en date du 26 octobre 2022.

La durée de l'enquête a été fixée à 30 jours, soit du lundi 21 novembre 2022 au mardi 20 décembre 2022 inclus. Durant l'enquête, 3 permanences ont été arrêtées en mairie de Dreux :

- le mardi 22 novembre 2022 de 9h à 12h ;
- le lundi 5 décembre 2022 de 9h à 12h ;
- le mardi 20 décembre de 14h à 17h.

Toutefois, la première publication de l'avis d'enquête dans les 2 journaux d'annonces légales ayant été entachée d'une coquille concernant les dates de l'enquête, j'ai, dans le souci de sécuriser juridiquement la procédure, demandé à Monsieur le Maire, dans un courrier adressé le 22 novembre 2022, de prolonger de 15 jours la durée de l'enquête et de procéder aux mesures de publicité complémentaires.

Monsieur le Maire de Dreux a répondu favorablement à ma demande et a pris un nouvel arrêté le 1^{er} décembre 2022 (ARR2022-580) prolongeant l'enquête. En conséquence, l'enquête a été prolongée de 15 jours pour une durée totale de 45 jours, soit jusqu'au 4 janvier 2023 avec une permanence supplémentaire ce même jour, de 14h à 17h, à la mairie.

L'avis d'enquête publique et l'avis de prolongation de l'enquête ont fait l'objet d'un affichage aux couleurs et formats requis, du 8 novembre 2022 au 5 janvier 2023, sur les panneaux de la mairie, au Guichet Unique et dans une dizaine d'endroits de la commune.

La publicité légale de l'avis d'ouverture et de prolongation de l'enquête a bien été respectée. Ainsi les avis ont fait l'objet d'une publication dans l'Echo Républicain et dans l'Action l'Echo des 3 novembre 2022, 24 novembre 2022 et, respectivement, des 7 et 8 décembre 2022.

En dehors des permanences, le dossier d'enquête était consultable au Guichet Unique, 18 rue des Gauls à Dreux, aux jours et heures habituels d'ouverture ainsi que sur le site www.dreux.com.

Enfin, le public pouvait adresser ses observations par courrier à Monsieur le commissaire-enquêteur à la mairie de Dreux ou à l'adresse électronique urbanisme@ville-dreux.fr avec objet : enquête publique sur le projet de RLP.

Le vendredi 18 novembre, je me suis rendu dans les locaux du Service Urbanisme afin de parapher le dossier mis à disposition du public. Mes déplacements à Dreux, les 10 octobre et 18 novembre 2022, ont été mis à profit pour une visite des principaux secteurs définis dans le projet de RLP.

Les locaux mis à disposition par la mairie permettaient de recevoir le public dans de bonnes conditions. Toutefois, l'objet de l'enquête n'a pas passionné le public qui ne s'est pas déplacé. Seul, le représentant de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) s'est présenté et m'a remis un document de 38 pages que j'ai annexé au registre, document qui m'avait aussi été adressé par courriel. Par ailleurs, j'ai été destinataire d'un courrier recommandé de 3 pages signé du Directeur Régional de la société JCDecaux, annexé également au registre.

Les 2 documents précités contiennent au total 14 observations.

SYNTHESE DES OBSERVATIONS

1/ OBSERVATIONS ECRITES DE L'UPE

Le document de l'UPE fait un long préalable sur la place, le poids, le rôle dans l'économie locale de la publicité, notamment de la communication extérieure, et sur son aspect déjà très réglementé et très engagé dans la transition écologique.

L'UPE fait référence à une étude du cabinet DELOITTE de 2017 qui démontre l'impact positif du secteur de la publicité en termes de croissance et d'emplois. L'investissement publicitaire a, d'après cette étude, un impact multiplicateur de 7,85 sur l'économie en général et contribue directement ou indirectement à la création de 536 000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.

La communication extérieure est un outil de communication locale et multiple qui représente 2 000 sociétés nationales et 15 000 salariés. Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur internet sans bénéfice pour la collectivité et l'emploi local.

La communication extérieure est en progression constante liée au développement des transports en commun, à l'urbanisation croissante et aux temps de transport.

Les annonceurs locaux ont besoin d'outils de communication pour leur notoriété, annoncer leur activité, se faire connaître et reconnaître dans leur zone de chalandise. Dans le territoire de Dreux, l'affichage représente 23,30 % des investissements publicitaires locaux, loin devant la PQR. 526 annonceurs locaux communiquent par le biais de la publicité qui participe au dynamisme du territoire.

Une dédensification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure favorisant un report des investissements publicitaires vers internet non impacté par la réglementation à ce jour. Pour être efficace, l'audience nécessite d'être présent dans les secteurs et axes où se concentrent les déplacements.

La communication extérieure est déjà un média particulièrement réglementé. En rajouter, c'est favoriser la publicité numérique possédée par les GAFAs qui échappent aux dispositifs fiscaux européens.

Sans attendre les dispositions réglementaires, les opérateurs ont su tenir compte des attentes environnementales de la population : unité foncière, réduction du format, esthétisme, affiches papier qui répondent à des exigences strictes.

La communication extérieure est un média engagé en faveur de la transition écologique (réduction des émissions de CO₂) et de la sobriété énergétique (minimum 10% en 2 ans).

Après ces considérations générales, l'UPE formule un certain nombre d'observations sur le projet de RLP :

1-1/ Le RLP doit être lisible et source de sécurité juridique. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation par les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés chargés de le respecter. Pour cela, les règles doivent être simples, précises et accessibles.

Voir réponses aux points suivants.

1-2/ Le RLP ne présente pas d'étude d'impact, ce qu'a fait l'UPE qui chiffre à 50% la perte du parc « grand format ».

S'agissant d'un opérateur « grand format », il n'est pas tenu compte des possibilités de transformation en formats 2m² et 4m². Tel que présenté, le projet de RLP a pour conséquence une perte sèche de 50% du parc « grand format » sur le domaine privé et sur le reste, l'annonceur doit le transformer. Pour les clients, c'est une perte d'audience et un affaiblissement très important du média qui peut se poser la question : quel est l'intérêt de rester ?

Après analyse de l'impact du futur RLP mené par UPE, les dispositifs concernés par la perte sèche de 50%, sont situés sur la RD34 (bd Pasteur, rue des Eparges) et en entrée de ville Est par l'avenue du Général Leclerc (N154), deux secteurs à fort enjeux paysager et patrimonial que la commune a choisi de protéger.

La ville a pour objectif de mener une opération de requalification à l'entrée de ville Est par l'avenue du Général Leclerc, qui sera notamment traduit dans la révision de PLU en cours. Des premiers projets ont été réalisés ou sont en cours afin de mener une mutation des fonctions commerciales/industrielles à une fonction plus résidentielle. C'est l'un des objectifs inscrit dans la délibération de lancement de la révision du PLU : « Requalifier les nombreuses

friches commerciales/industrielles sur le territoire communal ». Ce grand projet de requalification urbaine et paysagère de cette entrée de ville ne doit pas demain, être polluée par la pose de grands panneaux publicitaires.

Concernant la RD34, il s'agit de deux tronçons de voies situés dans le périmètre de protection des monuments historiques. La commune ne souhaite donc pas permettre l'implantation de panneau en covisibilité de ces monuments classés. La modification du classement sur cet axe au RLP entrainerait la nécessité de consulter de nouveau l'Architecte des Bâtiments de France qui avait validé le classement actuel.

La commune permet cependant, comme dans le RLP précédent, l'implantation de publicité « grands formats » sur les axes principaux de la commune et au sein des zones d'activités qui sont des secteurs concentrant le plus grand flux de circulation et donc le plus grand impact publicitaire. Il autorise également l'implantation de grands dispositifs de façon plus limitée dans les secteurs d'habitat.

1-3/ La rédaction de l'article 4.2 est source d'insécurité juridique.

Les dispositions applicables à la publicité et aux préenseignes : « ...présenter des qualités esthétiques et de design... » et « Ces teintes doivent s'intégrer parfaitement dans l'environnement immédiat du lieu où les dispositifs sont installés. » sont sources d'insécurité juridique et l'UPE demande une formulation qui ne puisse pas donner lieu à interprétation.

Ces dispositions permettent de laisser une souplesse dans le choix des dispositifs tout en veillant à leur intégration paysagère dans leur environnement. Elles seront donc maintenues.

1-4/ Article 4.2 : comment les passerelles qui sont interdites peuvent-elles être en harmonie et esthétiques ?

La disposition sera modifiée comme suit :

« Les dispositifs permanents (passerelles, etc.) facilitant la pose d'affiches sont interdits à l'exception des passerelles intégralement repliables et qui demeurent

pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser. »

Le règlement définit ensuite des règles esthétiques pour les dispositifs amovibles.

1-5/ Article 4.3 : les dispositions du 3e alinéa sont complexes à mettre en œuvre et très pénalisantes.

La référence de l'alignement n'est pas précisée (route, domaine public), la limite séparative inclut-elle le domaine public ? La disposition tient compte du positionnement du support et non pas du dispositif.

Pour l'UPE, la densité de l'habitat ne permet pas de concilier les 2 limites parce que la référence prise est le mur supportant la publicité. Or le dispositif sur support mural ne perturbe pas la perspective car il s'appuie sur un obstacle visuel existant et matériel. En conséquence, elle demande la suppression de cet alinéa.

L'alignement correspond à la limite entre le domaine public (voies et trottoirs ou accotements) et le domaine privé. Pour plus de compréhension, cette définition pourra être ajoutée dans le règlement.

Il pourra effectivement être précisé que l'implantation obligatoire dans une bande de 10m à compter de l'alignement concerne la publicité murale et non le mur.

La distance de 8 m par rapport aux limites séparatives est maintenue car elle permet d'assurer une bonne visibilité des dispositifs depuis les voies et de veiller à leur bonne insertion paysagère en limitant leur densité.

Des schémas viendront illustrer ces deux dispositions dans le règlement.

1-6/ Article 4.4 : les dispositions du 2e alinéa sont impossibles à mettre en œuvre.

Ces dispositions ne tiennent pas compte du design propre à chaque opérateur. De plus, pour un même format, les pieds réalisés de façon standard ne peuvent être ajustés au regard d'un dispositif d'un autre opérateur positionné sur une unité foncière voisine. Enfin, dans le respect des limites fixées par le règlement, un dispositif de format 2 ou 4 ne pourra jamais être positionné à la même hauteur qu'un dispositif de 12 m².

Aussi, l'UPE demande la suppression de ces dispositions.

Le règlement inscrit d'ores-et-déjà une hauteur maximum des dispositifs scellés au sol ou posés directement sur le sol (6m maxi au-dessus du sol et 2,8m maxi pour les « pieds »), ce qui permet de limiter les différences de hauteur entre les panneaux.

La disposition qui vise à éviter l'« effet d'escalier » sera donc supprimée.

1-7/ Article 4.4 7e alinéa : de nombreux aléas empêchent l'exploitation de dispositifs perpendiculaires avec 2 faces.

La végétation, les constructions, une voie à sens unique peuvent être des obstacles aux dispositifs perpendiculaires avec 2 faces. Aussi, à l'image de la disposition concernant l'habillage arrière des dispositifs implantés en pan coupé ou parallèle à l'axe, l'UPE suggère de réécrire l'alinéa de la façon suivante :

« Pour tout dispositif qui ne comporte de message que sur une seule face, la face libre doit être habillée d'un bardage peint ou d'un matériau durable esthétique en harmonie avec l'ensemble du dispositif ».

L'arrière d'un panneau publicitaire n'étant pas très esthétique, la commune souhaite maintenir la disposition qui impose que les deux faces d'un panneau perpendiculaire à la voie soient équipées de publicités.

Des dérogations seront cependant ajoutées pour les voies à sens unique et lorsque l'une des faces est masquée par de la végétation ou une construction et n'est pas suffisamment visible depuis l'espace public.

1-8/ Article 4.4 5e alinéa : cette disposition appelle les mêmes remarques que pour les dispositifs muraux, notamment sur la définition de la limite séparative (1-5/ ci-dessus).

Le Règlement National de Publicité (RNP) prévoit une distance de H/2 du dispositif de la limite séparative. Remettre en cause cette disposition impliquerait un déplacement de tous les mobiliers réglementaires au projet et des travaux importants de scellements.

Aussi, l'UPE suggère l'application du RNP qui impose une distance de H/2. A défaut, il faudrait préciser que la notion de limite séparative s'applique entre 2 propriétés privées.

La définition de limites séparatives sera précisée (limites entre deux unités

foncières).

La distance de 8m par rapport aux limites séparatives est maintenue. La commune souhaite être plus contraignante que le Code de l'Environnement sur ce point afin d'assurer une bonne visibilité des dispositifs depuis les voies et de veiller à leur bonne insertion paysagère en limitant leur densité. Un schéma viendra illustrer cette disposition.

1-9/ Article 4.4 9e alinéa : cette disposition possède plusieurs éléments pouvant être sujets à interprétation, notamment « à proximité d'une construction ».

La multiplication des règles liées aux conditions d'implantation d'un dispositif empêchera de fait toute implantation à proximité d'une construction et pourrait être assimilée à une interdiction déguisée. Aussi, l'UPE suggère la suppression de cette disposition.

Cette disposition concerne les dispositifs scellés au sol et accolés à des constructions et permet d'éviter que les publicités soient plus larges ou « dépassent » des bâtiments, ce qui est inesthétique. La règle est modifiée comme suit pour plus de clarté : « Les dispositifs sur panneaux portatifs scellés au sol ou installés directement sur le sol en avant du plan d'une construction doivent s'inscrire parfaitement dans le plan du mur pignon sans dépasser les limites de la pente du toit ou du mur de l'édifice concerné. »

1-10/ Article 4.4 11e alinéa : l'interdiction, cumulée aux règles de voisinage déjà prévues par le RNP, d'un dispositif à moins de 10m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fond, même non voisin, lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, limite très fortement les possibilités d'implantation.

Pour l'UPE, outre des coûts de déplacements importants pour les sociétés d'affichage, cette disposition n'a aucune valorisation environnementale, le dispositif pouvant être déplacé sur la même unité foncière et il peut y avoir des ouvertures dans les façades hors pièces de vie.

En conséquence, l'UPE propose de supprimer cette disposition. A défaut et tenant compte de la volonté de la ville de protéger le bâti, le cadre de vie sur rue et les résidents, elle suggère la rédaction suivante : « Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés

directement sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue) jusqu'à une distance de 5m de ces façades ».

Cette disposition vise à préserver le confort et le cadre de vie des habitants. Nous proposons cependant de faire évoluer cette règle afin d'inscrire des dérogations :

« Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits à moins de 10m d'une façade présentant une ou plusieurs ouvertures créant des vues directes. »

La définition d'«ouvertures créant des vues directes » sera ajoutée :

« Sont considérées comme des éléments constituant des vues directes (et considérées comme des baies assurant l'éclairage des pièces) au sens du présent règlement :

- les fenêtres ;
- les portes-fenêtres ;
- les balcons ;
- les loggias ;
- les terrasses situées à plus de 0,60 mètre du terrain naturel ;
- les lucarnes
- les châssis de toit situés à moins de 1,90 m du plancher.

Ne sont pas considérées comme constituant des vues directes au sens du présent règlement :

- les ouvertures en sous-sol à condition que la hauteur de l'ouverture au point le plus haut soit inférieure à 0,80 mètre par rapport au terrain naturel ;
- les ouvertures placées à plus de 1,90 mètres du plancher (y compris les châssis de toit partie basse) ;
- les ouvertures à soufflets de petite dimension (40 x 40 cm) ;
- les portes d'entrée pleines ;
- les châssis fixes et verre opaque (« verre dormant » translucide) ;
- les pavés de verre ;
- les terrasses situées à 0,60 mètre maximum du terrain naturel ;
- les vérandas en structure légère, sans soubassement maçonné
- la modification des vues directes et baies existantes ou leur remplacement, à condition qu'il n'y ait pas agrandissement.

1-11/ L'UPE demande le transfert de la zone 2 à la zone 4 (axes principaux) de l'avenue du Général Leclerc (sur tout ou partie), du boulevard Pasteur et de la rue des Eparges.

Ceci afin de garantir aux annonceurs une couverture homogène du territoire et une audience sur les principaux axes.

La RD34 (bd Pasteur, rue des Eparges) et l'entrée de ville Est par l'avenue du Général Leclerc (N154) sont deux secteurs à fort enjeux paysager et patrimonial que la commune a choisi de protéger. Leur classement en zone 2 sera donc maintenu.

La ville a pour objectif de mener une opération de requalification à l'entrée de ville Est par l'avenue du Général Leclerc, qui sera notamment traduit dans la révision de PLU en cours. Des premiers projets ont été réalisés ou sont en cours afin de mener une mutation des fonctions commerciales/industrielles vers une fonction dominante plus résidentielle. C'est l'un des objectifs inscrit dans la délibération de lancement de la révision du PLU : « Requalifier les nombreuses friches commerciales/industrielles sur le territoire communal ».

Concernant la RD34, il s'agit de deux tronçons de voies situés en périmètre de protection des monuments historiques. La commune ne souhaite donc pas permettre l'implantation de panneau en covisibilité de ces monuments remarquables. La modification du classement sur cet axe au RLP entrainerait la nécessité de consulter de nouveau l'Architecte des Bâtiments de France qui avait validé le classement actuel.

1-12/ Article 7.1 : la limitation à 8 m² des dispositifs publicitaires sur bâtiments, clôture ou mur correspond en fait à un format d'affiche de 6,70 m² qui empêche toute standardisation des processus de production, ce qui est un non-sens économique et écologique.

Pour l'UPE, il convient de tenir compte des éléments d'encadrement afin de déterminer la surface unitaire maximale encadrement compris. La très grande majorité des modèles de dispositifs existant à ce jour sont au format 10,50 m². Cette standardisation évite la destruction et le remplacement de milliers de mobiliers en France tout en conservant un format d'affiche universel. Le ministère de la Transition écologique a d'ailleurs publié en 2019 une fiche relative aux modalités de calcul des formats de publicité d'où il ressort que les collectivités peuvent retenir dans leur RLP un format d'encadrement de 10,50 m² pour une surface d'affiche de 8 m².

L'UPE propose donc la formulation suivante : « La surface unitaire et utile d'affichage n'excède pas 8 m², la surface du dispositif (affiche et

encadrement) n'excède pas 10,50 m². »

La disposition du règlement sera modifiée comme demandé.

1-13/ Articles 8.6 et 9.6 : un seul dispositif par unité foncière est autorisé et pour les unités foncières ayant une largeur de façade supérieure à 40 m, un dispositif supplémentaire est autorisé. Or, qu'en est-il du domaine ferroviaire, très important sur Dreux, qui présente 2 particularités : une unité foncière dont les parcelles sont gérées par un propriétaire unique, un seul opérateur gère l'exploitation publicitaire de ce territoire permettant l'instauration de règles d'interdistance entre dispositifs ?

A partir de cet exemple, là où la communication extérieure scellée au sol est autorisée, l'UPE suggère des règles simples d'application valables pour les 2 articles précités :

- 1 seul dispositif sur son emplacement,
- interdistance de 80 m entre chaque dispositif,
- aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

Les articles 8.6 et 9.6 concernent les axes principaux et les zones d'activités. Un seul dispositif est autorisé par unité foncière. Pour les zones d'activités qui présentent de larges parcelles, un dispositif supplémentaire est autorisé pour les unités foncières ayant une largeur de façade supérieure à 40m. Ces dispositions visent à limiter la densité des dispositifs publicitaires afin de ne pas créer de pollution visuelle.

Afin de prendre en compte le cas particulier de la SNCF, la disposition suivante sera ajoutée :

« Pour les unités foncières ayant une largeur de façade supérieure à 80m, le nombre de dispositifs n'est pas limité mais une interdistance de 80m devra être respectée entre chacun au-delà de 2 dispositifs. »

2/ OBSERVATION ECRITE DE JCDecaux

Sous la signature de Monsieur Antoine GUITTON, Directeur Régional, le courrier de JCDecaux axe son propos sur le mobilier urbain susceptible de recevoir de la publicité à titre accessoire.

Le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu proche des usagers (services publics des transports et de l'information). Les recettes publicitaires permettent de financer l'ensemble des services qui leur sont rattachés et font partie de l'équilibre économique prévu au sein des contrats de mobiliers urbains.

Supports de publicité à titre accessoire (article R 581-42 du code de l'environnement), ils ne sont pas assimilés à un dispositif publicitaire dont le principal objet est de recevoir de la publicité. Cette spécificité explique le traitement distinct du mobilier urbain dans le code de l'environnement (sous-section spécifique) comme dans le projet de RLP (articles spécifiques).',

Contrairement aux autres dispositifs publicitaires, le mobilier urbain sur domaine public est entièrement contrôlé et maîtrisé par la collectivité, dans le cadre du contrat public, au titre des autorisations d'occupation du domaine public, dans les périmètres protégés.

Le mobilier urbain étant déjà très réglementé, le RLP doit donc être un document permettant à la collectivité de définir et répondre à ses besoins. Or, JCDecaux relève dans le projet de RLP des dispositions à adapter afin de répondre aux objectifs rappelés ci-dessus.

En zone 2 et 3, le RLP prévoit une interdiction de publicité lumineuse en dehors des publicités numériques avec une limitation de la surface de ces dernières à 2 m². Or la commune ayant la compétence entière pour décider de l'implantation de mobiliers urbains supportant de la publicité lumineuse sur son territoire, notamment au titre des autorisations préalables délivrées par le maire, il est essentiel, pour celle-ci, de maintenir son libre choix de déployer ou non, de la publicité lumineuse sur mobilier urbain.

En conséquence et en cohérence avec les articles spécifiques relatifs aux dispositifs sur mobilier urbain (articles 4.9, 5.4, 6.4, 7.4, 8.4 et 9.4),

JCDecaux préconise, dans un souci de lisibilité et de sécurité juridique du RLP, de préciser les articles 6.7 et 7.7 comme suit :

« La publicité lumineuse est interdite en dehors des publicités numériques qui ne doivent pas excéder 2 m². Conformément à l'article 4.9 du présent règlement, la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain est autorisée selon la réglementation en vigueur. »

Les zones 2 et 3 du RLP sont respectivement une zone à fort enjeux patrimoniaux et paysagers et une zone d'habitat à faible potentiel en termes de publicité (peu de passage, peu d'« occasion de voir », etc.).

La commune ne souhaite donc pas impacter ces zones avec une publicité de grand format ou trop visible. C'est pour cette raison que la publicité lumineuse est limitée à 2m² et à de la publicité numérique. La commune ne souhaite donc pas faire évoluer les articles 6.7 et 7.7.

CONCLUSION

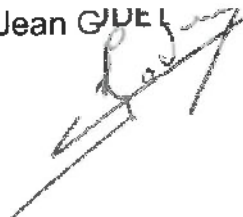
En foi de quoi, j'ai établi le présent procès-verbal remis à Madame Séverine DESMOUILLIERES, Responsable du Service Urbanisme de la mairie de Dreux, et à Monsieur Alexandre RAKOTOVAHINY, Chargé d'études, qui disposent de 15 jours pour m'adresser, dans un mémoire, leurs réponses et remarques aux observations et demandes rassemblées dans la synthèse ci-dessus.

Fait à Chartres le 9 janvier 2022


Document établi en 2 exemplaires et remis en main propre.

Le commissaire enquêteur

Jean GUEL



Pour la ville de Dreux



S. Desmouillères