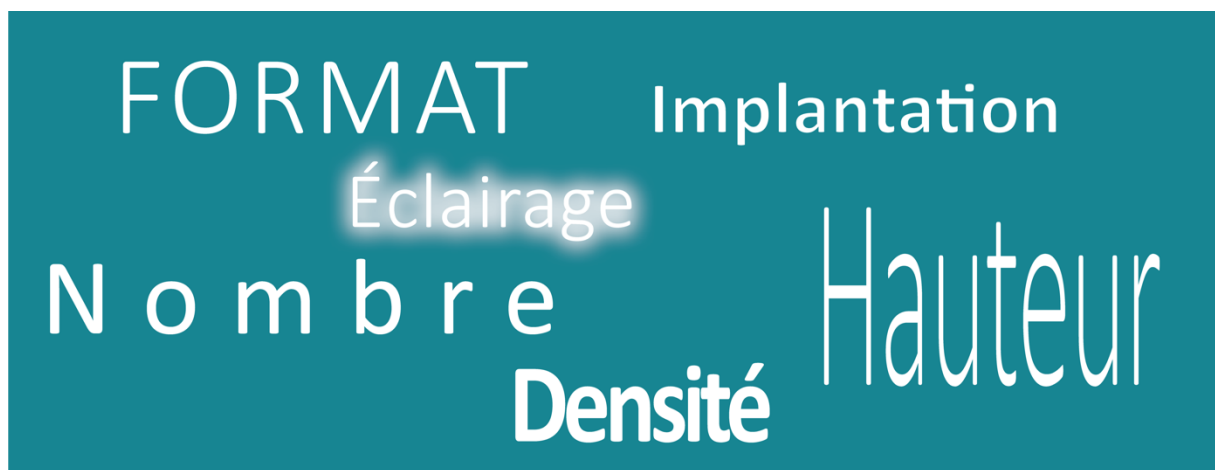


DÉPARTEMENT DU PUY DE DÔME

ENQUÊTE PUBLIQUE RELATIVE AU PROJET DE RÈGLEMENT
LOCAL DE PUBLICITÉ INTERCOMMUNAL

PRÉSENTÉ PAR CLERMONT AUVERGNE MÉTROPOLE



RAPPORT DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR

TABLE DES MATIÈRES

1 – OBJET DE LA DEMANDE	3
2 - DESCRIPTION DU PROJET	4
a – Rapport et note de présentation.....	4
b – Règlement	4
c – Règlement graphique	7
d – Définition des limites d’agglomération	7
e – bilan de la concertation et ses annexes.....	8
3 - PRINCIPALES RÈGLEMENTATIONS APPLICABLES ET TEXTES DE RÉFÉRENCE.....	8
4 - DÉSIGNATION DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR	9
5 - DÉROULEMENT DE L’ENQUÊTE PUBLIQUE.....	9
a - Avis d’enquête, affichage et publicité	9
b - Dates de l’enquête publique	9
c - Contenu du dossier soumis à enquête.....	10
d - Demande de pièces complémentaires.....	10
e - Rencontre du demandeur	10
f - Avis des PPA et de l’AE	11
g - Permanence du 29 août 2022.....	13
h - Permanence du 7 septembre 2022	13
i - Permanence du 15 septembre 2022.....	13
j - Permanence du 21 septembre 2022	14
k - Permanence du 29 septembre 2022	14
l - Courriers et messages électroniques reçus	14
6 – EXAMEN DES REMARQUES DU PUBLIC	19
7 - PROCÈS-VERBAL D’ENQUÊTE	20
8 - RÉPONSE DU DEMANDEUR AU PROCÈS-VERBAL D’ENQUÊTE ET COMMENTAIRES DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR.....	20
9 - CLÔTURE DE L’ENQUÊTE	23
10 - SIGLES UTILISÉS DANS LE RAPPORT.....	24
11 - LISTE DES ANNEXES	24

1 – OBJET DE LA DEMANDE

La loi Grenelle II avec ses décrets d'application a réformé la réglementation sur la publicité extérieure. Les structures locales peuvent dans ce cadre amender les textes de façon plus adaptée restrictive ou permissive pour certains.

Les RLP des communes de l'agglomération métropolitaine qui en sont dotées sont aujourd'hui caducs.

La communauté urbaine (21 communes) a donc décidé de mettre en harmonisation un RLPi sur l'ensemble de son territoire qui, après approbation définitive, sera annexé au PLUi. en ayant suivi la même procédure réglementaire.

La délibération du Conseil métropolitain en date du 29 juin 2018 a prescrit l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal de Clermont Auvergne Métropole, définissant les objectifs poursuivis, les modalités de collaboration entre la métropole et les communes ainsi que les modalités de concertation avec le public. Cette délibération a fait l'objet d'une modification le 2 avril 2021. Ces délibérations ont été approuvées à l'unanimité par le conseil métropolitain.

La délibération du Conseil métropolitain en date du 28 mai 2021 a pris acte de la tenue du débat sur les orientations générales du projet de règlement local de publicité intercommunal pour ce qui concerne :

- Les paysages et le patrimoine naturel emblématique, identité à préserver,
- Les espaces urbains, d'activités et les grands axes, image et attractivité à valoriser,
- Les espaces du quotidien, patrimoine et centralité, qualité à conforter,
- Un parc publicitaire et d'enseigne de qualité.

La délibération du Conseil métropolitain en date du 4 mars 2022 a tiré le bilan de la concertation et a arrêté le projet de règlement local de publicité intercommunal de Clermont Auvergne Métropole à la majorité (80 pour, 3 contre).

L'arrêté intercommunal du 27 juin 2022 a prescrit l'enquête publique.

L'enquête consiste donc à recevoir les avis du public, des associations et des organismes intéressés sur la méthode d'élaboration du plan, le projet qui en découle, son règlement et ses conséquences.

2 - DESCRIPTION DU PROJET

Le contenu du RLPi retenu par le Conseil de Clermont Auvergne Métropole est arrêté ainsi :

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires, valoriser le paysage et le patrimoine.
- Traiter les entrées de ville commerciales et proposer des dispositions adaptées.
- Adapter les prescriptions aux entités urbaines et éviter les effets de seuils entre le cœur de ville, les zones résidentielles et le reste de la ville.
- Harmoniser les dispositifs et les dispositions communes par secteur.
- Intégrer les nouveaux procédés et les nouvelles technologies publicitaires.
- Développer l'aspect qualitatif sur les secteurs patrimoniaux et urbains.
- Tenir compte du développement durable.

Ces thèmes sont déclinés comme suit :

a – Rapport et note de présentation

Le projet, élaboré en 2018 et 2019 puis arrêté en 2031, s'appuie sur un diagnostic initial du parc publicitaire (quantitatif et qualitatif) et définit les objectifs et les orientations pour une meilleure intégration dans son environnement (respect des paysages et du patrimoine et impact sur les riverains). Les choix réglementaires, les axes de progrès et le zonage sont issus de ces constats.

- Orientation n° 1 : Préserver les paysages et le patrimoine naturel emblématique.
- Orientation n° 2 : Valoriser l'image et l'attractivité des espaces urbains, d'activités et les grands axes.
- Orientation n° 3 : Conforter la qualité des espaces du quotidien, le patrimoine et les centres villes
- Orientation transversale : optimiser la qualité du parc publicitaire et des enseignes.

b – Règlement

Le règlement encadre les publicités et les pré-enseignes d'une part et les enseignes d'autre part.

Ces deux thèmes sont traités d'abord suivant un règlement commun quelle que soit l'implantation puis de façon spécifique en fonction du zonage.

Le règlement commun vise à :

- Adapter les lieux d'interdiction ciblés par le code de l'environnement.
- Définir la qualité visuelle et le dimensionnement des dispositifs.
- Diminuer la densité des affichages.
- Augmenter la plage horaire d'extinction nocturne.

Le règlement spécifique a institué 5 zones et 2 trames :

- ZP1 : espaces ruraux à fort enjeu paysager.
- ZP2A : cœurs de ville et de bourg.
- ZP2B : zones résidentielles, tissus urbains mixtes.
- ZP3 : zones d'activité.
- ZP4 : tous les espaces hors agglomération non-inscrits dans les 4 autres zones.
- Trame 1 : patrimoine.
- Trame 2 : entrées d'agglomérations et de villes présentant un caractère emblématique ou un enjeu de requalification.

Chacune de ces zones dispose d'obligations particulières en taille, implantation et éclairage :

- Dispositions applicables aux publicités et pré-enseignes (sauf dispositions réglementaires exceptionnelles)

	Dispositif publicitaire au sol	Dispositif mural	Publicité mobilier urbain	Publicité lumineuse	Publicité numérique
ZP1	Interdit	Interdit	Application du code de l'environnement	Interdit	Interdit
ZP2A	Interdit	Interdit	Application du code de l'environnement : 2 m2	Dispositions générales : extinction entre 23 et 7 heures	Interdit

	Dispositif publicitaire au sol	Dispositif mural	Publicité mobilier urbain	Publicité lumineuse	Publicité numérique
ZP2B	Autorisé à 4,7 m ² si > 10000 habitants sinon 4 m ²	Autorisé à 4,7 m ² si > 10000 habitants sinon 4 m ²	Application du code de l'environnement et 4 m ²	Dispositions générales : extinction entre 23 et 7 heures	Uniquement sur le mobilier urbain et 2 m ²
ZP3	Autorisé 8,9 m ² si > 10000 habitants. Autres : interdit	Autorisé 8,9 m ² si > 10000 habitants. Autres : 4 m ²	Application du code de l'environnement	Dispositions générales : extinction entre 23 et 7 heures	Uniquement sur le mobilier urbain et 2 m ²
ZP4	interdit	interdit	Code de l'environnement et 2 m ²	Dispositions générales : extinction entre 23 et 7 heures	Interdit
Entrées aggro et villes et trames 1 et 2	Interdit	Interdit	Code de l'environnement et 2 m ²	Dispositions générales : extinction entre 23 et 7 heures	Interdit

- Dispositions applicables aux enseignes (sauf dispositions réglementaires exceptionnelles)
- ZP1 : un seul dispositif de 2 m² au sol, 2 enseignes par façade ne dépassant pas 15 % de la surface, disposition imposée, enseigne lumineuse interdite (sauf services d'urgence).
 - ZP2A : enseignes au sol interdites sauf chevalet, 2 enseignes par façade maximum 10 %, enseigne lumineuse interdite sauf lettrage diffusant, disposition imposée.
 - ZP2B : un seul dispositif de 2 m² au sol, chevalet autorisé, 3 enseignes par façade ne dépassant pas 15 % de la surface, disposition imposée, enseigne lumineuse interdite sauf lettrage diffusant.
 - ZP3 : enseigne au sol maximum 6 m² (8 m² si plus de 10000 habitants et si mutualisation des enseignes sur le même dispositif), chevalet autorisé, enseigne de façade à 15 % (25 % si moins de 50 m² de façade), enseigne lumineuse régie par les dispositions générales.
 - ZP4 : enseigne au sol interdite, chevalet sous conditions, enseigne de façade limitée à 10 %, enseigne lumineuse interdite.
 - Trame 1 : : enseigne au sol interdite, chevalet sous conditions, enseigne de façade 2 au maximum limitée à 10 %, disposition imposée, enseigne lumineuse régie par les dispositions générales.
 - Trame 2 : enseigne au sol de type totem 2 m² et 3 mètres maximum de haut.

Les délais de mise en conformité sont de 2 ans pour les publicités et les pré-enseignes et de 6 ans pour les enseignes.

c – Règlement graphique

Chacune des communes a fait l'objet d'une cartographie propre délimitant les différentes zones. Cette cartographie a été élaborée et approuvée par les communes et la métropole.

d – Définition des limites d'agglomération

Chacune des 21 communes a ou avait pris un arrêté fixant les limites d'agglomération et s'est engagé à maintenir ou mettre en place les signalisations routières appropriées.

e – bilan de la concertation et ses annexes

La concertation a été mise en place par le conseil communautaire de façon exhaustive et peut être synthétisée ainsi :

- Création d'une page internet dédiée (4776 vues pour 1303 visiteurs à la date de rédaction du dossier).
- Dossier de consultation à destination du public au siège de Clermont Auvergne Métropole.
- Envoi de 3 lettres d'information.
- Plusieurs parutions et articles dans la presse locale.
- Réunions publiques 1 en 2019 et d'avril à septembre 2021.
- Expositions numériques.
- Expositions physiques dans 5 communes.
- Mise en place d'un registre numérique de recueil des observations.
- Création d'un registre « papier » au siège de l'agglomération.
- Recueil des courriers du public.
- Boîte à idée numérique.
- Réunions spécifiques à destination des associations (4).
- Réunions spécifiques à destination des professionnels (5).

Les principaux thèmes abordés ont été : généralités sur la démarche, dispositifs lumineux et règles d'extinction, densité, taille et organisations des dispositifs, gestion des publicités de grand format et gestion des enseignes.

Ces thèmes ont reçu réponse ou explication dans le dossier présenté au public lors de l'enquête et permis une adaptation du projet.

Au total plus de 200 personnes ont contribué à la concertation. Les sujets clivants ont fait l'objet d'un arbitrage par la communauté proposé dans le projet définitif.

3 - PRINCIPALES RÈGLEMENTATIONS APPLICABLES ET TEXTES DE RÉFÉRENCE

- Code de l'environnement et notamment les articles L.581-14 à L.581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 concernant le règlement local de publicité,
- Code de l'urbanisme et notamment les articles L 153-19 et suivants et R 153-8,
- Code de l'environnement et notamment ses articles L 123-1 et suivants et R 123-1 et suivants relatifs aux enquêtes publiques,

- Loi n° 2010-7880 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement.
- Arrêté préfectoral du 1er décembre 2016 portant transformation de la Communauté d'agglomération « Clermont Communauté » en Communauté urbaine « Clermont Auvergne Métropole » à compter du 1^{er} janvier 2017,
- Décret n° 2017-1778 du 27 décembre 2017 portant création de la métropole dénommée « Clermont Auvergne Métropole »,

4 - DÉSIGNATION DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR

Le Président du Tribunal Administratif de Clermont-Ferrand a désigné le signataire du présent rapport en qualité de commissaire-enquêteur par décision du 28 avril 2022 sous le n° E220000028/63 (annexe 1). L'arrêté intercommunal (annexe 2) du 27 juin 2022 a repris cette décision dans son article 4.

5 - DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE PUBLIQUE

a - Avis d'enquête, affichage et publicité

L'avis d'enquête et son arrêté étaient bien affichés sur les panneaux extérieurs de toutes les mairies concernées par le projet. Il figurait également à l'entrée des différents sites administratifs et techniques de Clermont Auvergne Métropole. La publicité de l'enquête (annexe 3) est parue sur les journaux « La Montagne » et « Le Semeur » les 8 juillet 2022, 12 août 2022 et 2 septembre 2022.

b - Dates de l'enquête publique

L'enquête s'est tenue du 29 août 2022 à 14 heures au 29 septembre 2022 à 12 heures soit pendant 32 jours.

Les permanences, au nombre de 5, ont été tenues au siège technique de Clermont Auvergne Métropole 97, avenue du limousin à Clermont-Ferrand (siège de l'enquête) et dans les communes de Cournon d'Auvergne, Saint Genès Champanelle et Cébazat.

Le dossier d'enquête présenté au public était complet. L'arrêté intercommunal y était annexé.

Les remarques du public pouvaient être notées sur le registre ou transmises par courrier postal, par messagerie électronique sur le site internet dédié à l'enquête ou oralement au Commissaire-Enquêteur.

Les registres ont été côtés, paraphés et signés le 23 août 2022. A cette occasion j'ai rencontré Madame Monier et Madame Gouegou (chargée de mission).

c - Contenu du dossier soumis à enquête

Le dossier était complet et composé ainsi :

- Pièces administratives de la procédure et délibérations du conseil métropolitain,
- Rapport de présentation,
- Règlement et ses annexes graphiques,
- Bilan de la concertation,
- Avis des PPA

Y étaient joints l'arrêté d'enquête intercommunal, les délibérations du conseil métropolitain et une synthèse de vulgarisation très claire de l'enquête et du projet permettant au public une meilleure compréhension du dossier.

Le dossier et les registres ont été accessibles au public pendant toute la durée de l'enquête aux jours et heures d'ouverture des mairies concernées par les permanences du commissaire enquêteur ainsi que sur le site internet dédié de la communauté.

d - Demande de pièces complémentaires

Sans objet.

e - Rencontre du demandeur

J'ai rencontré le 19 mai 2022 Madame Monier, en charge du dossier, et Monsieur Chomette du service « Études et programmation urbaine » de l'intercommunalité en appui technique.

Les modalités pratiques de l'enquêtes (dates, durée, siège, contenu du dossier, publicité et rédaction de l'arrêté) ont été définies.

La signature des registres a été arrêtée au 23 août 2022.

Nous avons pu échanger sur le projet et les phases préalables de consultation du conseil, de rédaction du dossier et de concertation du public. Le demandeur m'a apporté toutes les informations nécessaires à la bonne compréhension du dossier et à sa finalité.

J'ai également rencontré Madame Christine Mandon 3^{ème} Vice-Présidente de la communauté, Maire d'Aulnat, en charge de l'urbanisme, le 7 septembre 2022.

f - Avis des professionnels, des entreprises, des associations, des PPA et de l'AE

- En application de l'article R122-17 du code de l'environnement le projet n'a pas été soumis par Clermont Auvergne Métropole à la procédure d'examen au cas par cas par l'AE.
- Le Parc naturel régional des Volcans d'Auvergne considère que le projet est compatible avec la charte du PNRVA et n'émet pas de réserves.
- La DRAC et l'ABF, sans émettre d'avis, demande que certaines précisions soient portées au dossier :
 - Faire état des zones SPR et tenir compte de leur règlement propre.
 - La trame « patrimoine » doit intégrer les périmètres patrimoniaux, les périmètres de protection et les sites inscrits et classés. Les dérogations devront être acceptées par l'UDAP notamment quand les supports sont scellés au sol.
 - Dans les périmètres ci-dessus ainsi que dans les zones ZP1, ZP2A, et les trames 1 et 2 les publicités en façade sur les immeubles (hors locaux commerciaux) devront être interdites.
 - En ZP1 les publicités liées au mobilier urbain devront faire l'objet d'un accord de l'ABF.
 - Dans la trame 1 « patrimoine » les enseignes au sol devront faire l'objet de l'accord de l'ABF.
- Le Préfet et la DDT donnent un avis favorable et demande que les commentaires de l'ABF soient pris en compte dans le document final.
- La CCI du Puy de Dôme émet un avis favorable avec réserves :
 - Revoir les dispositions applicables aux enseignes dans les espaces urbains pour maintenir le caractère dynamique et attractif de ces zones.
 - Ouvrir des possibilités d'annonce dans les secteurs ZP3.
 - Faire une étude financière de l'application du RLPi.
 - Hors champs d'application du RLPi, la CCI demande que la signalisation communale des zones d'activité et des équipements touristiques soit améliorée.
- Le Grand Clermont émet un avis favorable.

- L'UPE, représentant un certain nombre d'entreprises, émet un avis défavorable considérant que l'obligation de conciliation n'a pas été respectée. Ainsi le découpage du territoire impacte fortement l'affichage « grand format » qui devrait faire l'objet d'une nouvelle négociation. Concernant le zonage, celui-ci devrait rester homogène et permettre de communiquer sur les axes structurants.
Les zones hors agglomération n'ont pas à figurer dans le RLPi.
Le format des publicités devrait respecter les standards de fabrication (2, 4, 8 et 12 m²). Un format de 8,9 m² (cadre compris) contre 10,5 m² aujourd'hui aurait pour incidence la dépose de tous les panneaux existants et leur remplacement pour une différence peu perceptible. Le coût induit de ces ajustements est très élevé. La réglementation nationale va dans le sens de cette demande.
Le chapitre « couleur » devrait être supprimé car trop subjectif et appelé à diverses appréciations contradictoires.
Les règles de densité devraient être appréciées en fonction du nombre de voies concernées.
L'affichage « petit format » et les bâches publicitaires devraient être conformes à la réglementation nationale.
Il convient de modifier les règles applicables au domaine ferroviaire.
Le règlement applicable aux dispositifs lumineux dans les vitrines de magasin devrait être appliqué dans le sens du code de l'environnement. Le RLPi ne peut pas l'interdire.
- L'association « Paysages de France » émet un avis défavorable aux motifs suivants :
 - Le Président de la Métropole n'a pas donné suite au courrier adressé par l'association le 14 décembre 2021 formulant dix propositions.
 - Il n'a pas été tenu compte de ses remarques exprimées lors des travaux préparatoires.
 - Parti-pris de l'intervenant extérieur influençant les décideurs.
 - Le projet va à l'inverse des valeurs environnementales en autorisant les publicités au sol en agglomération située en milieu naturel.
 - Demande du maintien des protections édictées par le code de l'environnement. L'article L581-8 du code est démantelé en ce qui concerne la protection des espaces patrimoniaux, des cœurs de bourg/ville et des noyaux historiques (notamment avec l'autorisation des panneaux de mobilier urbain).
 - Interdire les publicités numériques et limiter à 2 m² le numérique.

- Mettre en cohérence le territoire et ne pas le morceler en zones multiples ;
 - Réhabiliter les zones les plus dégradées.
 - Réduire la place de la publicité sur le mobilier urbain.
 - Respecter le principe d'équité d'une zone à l'autre pour protéger l'environnement et le cadre de vie.
 - En finir avec l'image de la « France moche ».
 - Considérer la publicité comme un facteur exerçant une influence importante sur le climat, la santé publique, la consommation énergétique et la pollution du fait de l'incitation à consommer.
 - Protéger la population de la surconsommation et de son impact sociétal.
 - Ne pas mettre en danger les usagers des voies publiques par une distraction permanente des conducteurs.
 - Ne pas polluer le ciel nocturne.
 - Ne pas cautionner la concurrence de la grande distribution et le plaidoyer marketing.
- LA CDNPS a émis un avis favorable à la majorité. La DDT, rapporteur, avait proposé un avis favorable tenant compte des commentaires de l'ABF.

Le Conseil Régional, le conseil Départemental, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, la Chambre d'Agriculture, SMTC, SNCF, le Syndicat National de la Publicité Extérieure n'ont pas répondu alors que la saisine a été faite dans les délais légaux. En l'absence, leurs avis sont tacitement reconnus comme favorables.

g - Permanence du 29 août 2022 à la Communauté

Il n'y a eu aucune visite ou annotation sur le registre.

h - Permanence du 7 septembre 2022 à Cournon d'Auvergne

Viste de Monsieur Yves Ramon pour information.

i - Permanence du 15 septembre 2022 à Saint Genès Champanelle

Visite de Monsieur Montanier (société Interpub) pour information et confirmation de son mail.

j - Permanence du 21 septembre 2022 à Cébazat

Monsieur Fernier, dirigeant l'entreprise 4X3 a fait part de ses inquiétudes sur le règlement du RLPi et a déposé un document de 10 pages :

- Il considère que, bien qu'ayant participé aux réunions préparatoires, il n'y a pas eu de véritables négociations avant l'établissement du projet.
- Le passage à 8,9 m² des panneaux publicitaires mènerai son entreprise à la dépose totale de son parc, ce qui représente 88 % de son activité. Par ailleurs ce n'est pas un format de fabrication standardisé.
- Il souhaite que les dimensions soient ramenées seulement à 10,5 m² et 5,5 m².
- La longueur de l'unité foncière devrait être fixée à 20 mètres et non 30.
- Certains axes structurants (ZP2B) devraient permettre l'existence de panneaux de 10,5 m² (axes Clémental, Quinet, du Puy de Dôme, du Mont-Dore, Mayer, RN 9 Auchan, Edouard Michelin, Anatole France, Oradou, Margeride, avenue de Cournon et avenue de l'Europe).
- La trame 2 ne se justifie pas (40% de son dispositif pourrait alors être sauvé).
- Les exceptions (format et numérique) concernant le mobilier urbain ne se justifient pas et constituent une forme de concurrence déloyale.

L'UPE, représentée par Messieurs Fourel et Guyon confirment leur précédent courriel (voir ci-dessous 5-1)). Ils précisent que la surface de référence calculée par l'intercommunalité (8,9 m²) est bâtarde et qu'ils ont fait constater par huissier ce fait.

Par ailleurs le règlement national n'impose que 12 m² pour les panneaux. En conséquence accepter 10,5 m² constitue déjà une concession significative de la part de la profession.

Enfin ils considèrent que la phase de concertation n'a été qu'une phase d'information et non de négociation.

Une visite anonyme pour information.

k - Permanence du 29 septembre 2022 à la Communauté

Visite de Monsieur Abraham du SNPE

l - Courriers et messages électroniques reçus

- Courriel de la Direction du Commerce, des usages et de Partage de l'Espace Public de la ville de Clermont-Ferrand qui demande que certaines précisions ou modifications non substantielles soient inscrites

dans le règlement : limiter les découpages, inscrire le périmètre du futur SPR, règlement des enseignes en étage, définir les surfaces des enseignes perpendiculaires en fonction du nombre d'activités représentées, harmoniser les articles E2A2 et E2A3 en ZP2A, limiter à 2 m² en ZP2B les panneaux scellés au sol pour l'ensemble des annonceurs, ne pas trop restreindre les techniques d'éclairage des enseignes lumineuses et ouvrir les modalités de réalisation des enseignes en bandeau.

(Commentaire du CE : ces demandes relèvent de la précision de la rédaction. Elles auraient pu être formulées et intégrées lors de la phase de consultation des communes)

- Courriel de la ville de Gerzat demandant l'intégration de son RLP de 1988 dans le dossier. *(Commentaire du CE : Ce règlement de 2 pages n'avait pas été porté à connaissance de la Communauté)*
- Courriel Brassier Camille demandant : uniformité des enseignes du centre-ville, interdiction des enseignes lumineuses en vitrine, pas d'écran lumineux et mise en place d'une charte graphique.
- 105 courriels, plus ou moins détaillés, hostiles au projet et développant partiellement ou totalement l'argumentaire de l'association Paysages de France :
 - Contre toute forme de publicité, tout particulièrement celles lumineuses.
 - La publicité encourage la consommation.
 - La consommation est à l'origine de pollutions multiples.
 - La consommation est à l'origine du surendettement des ménages.
 - Les publicités lumineuses et numériques sont consommatrices d'énergies rares et polluantes.
 - Les paysages sont dégradés.
 - Les conducteurs sont distraits par les panneaux publicitaires ce qui favorise les accidents de la route.
 - Les supports de publicité sont générateurs d'atteinte à l'environnement par leur fabrication.
 - Pollution du ciel nocturne.
 - Ne pas favoriser la grande distribution, et les grands groupes.
 - Affichage sauvage.
 - La publicité est sexiste, dogmatique et conditionne les pulsions d'achat.

Signataires : Cherrey M., Jaud, Peduzzi, Cherrey C., Pechoultres, Russel, Daucher, Chaboud-Mollard, Maclain, Boucherez, Verdier,

Couasnon, Cubizolle, Bobby, Drapeau, Carbonnel, Couturier, Dabouis, Caillé, Vich, Annat, Santin, Decroix, Cazaux, Chapey, Beau, Breul, Bernard, Albert, Schneider, Puertas (avec extrait du rapport Carbone 4), Ramon, Boire, Hervier, Lagoutte, Crouzet, Autant-Parcot, Griffon, Simonet, Quinty, Annion, Darbelet, Marty, Chabrol, Pesnel, Sauzeau, Lanoir, Dransart, Hermange, Gallon, Perigon, Raimbault, Marintabouret, Ungemuth, Castagnola, Giraudet, Menand, Nadal, Le Bigot, Renard, Bourgoing, Boudesocque, Roos, Sagot. Martin, Anonyme, Lapendry, Binet, Nicollet, Forissier, Deparis, Nouhen, Berger, Fagot, Andrault, Benoit, Givord, Nicollet, Delanos, Vichery, Vivier, Pernot du Breuil, Charles, Chassangre, Gravelat G. et J., Vernin, Dupouyet, Desplanques, Garde, Pasquier, Chambonnet, Pannetier, Pouey, Ogereau Bonny, Mounier, Jaillet, Roche, Boudou, Asper, Gauge, Brosset, Gaillard, Vansimpsen.

- Courriel d'Interpub : demande le maintien des panneaux de 8 m² en ville.
- Courriel de l'UPE et d'un professionnel (voir sous-chapitre 5-f) accompagné d'un dossier de 53 pages décomposé comme suit :
 - Présentation du secteur de la communication extérieure.

La publicité présente un rapport de 7,85/1 de rendement. Elle est créatrice d'emploi locaux et acquitte une fiscalité locale à la différence des GAFAs. C'est un média de proximité dont la part de marché est en progression bien que derrière internet, la presse et la télévision. Elle s'est adaptée en réduisant de 12 à 8 m² la surface d'affichage et en adoptant une démarche environnementale mesurant la réduction de son impact CO₂. Sur le secteur Clermontois la publicité par affichage représente 23 % des investissements du secteur d'activité et environ 1300 annonceurs y ont recours pour une meilleure couverture, une répétition permanente et un positionnement visible sur les axes de déplacement.
 - Les principes du RLPi.

Le RLPi permet d'adapter les règles nationales et de réintroduire ce mode de publicité par affichage. Il doit notamment tenir compte des évolutions technologiques et de l'évolution de l'urbanisation. Le RLPi est source de sécurité juridique et sa réglementation doit être harmonieuse avec des règles simples et accessibles.

La confusion entre enseignes et publicité crée une impression visuelle néfaste à la publicité.

○ Contribution de l'UPE à l'élaboration du RLPi.

L'UPE estime que le RLPi impacte à 100% le parc grand format sur le domaine privé par la réduction de sa taille maximale (hors standards) rendant sa lisibilité impossible.

L'UPE demande la création d'une zone « axes structurants » et la suppression de la superposition des trames avec les zones de publicité. Elle souhaite que les dispositifs scellés au sol puissent posséder plus de 2 faces (avec équipements déroulants numériques), qu'il ne leur soit pas imposé de couleurs et que la notion d'unité foncière soit ramenée à 20 mètres au lieu de 30. Concernant les publicités urbaines murales il conviendrait de ne pas appliquer la règle de densité linéaire.

Pour le domaine ferroviaire les règles devraient être assouplies en créant une inter-distance.

Le RNP pourrait être appliqué aux bâches publicitaires et aux préenseignes temporaires car régies par les communes.

En zone P2B il conviendrait de porter à 10,5 m² (contre 8) le dispositif affiche et encadrement sur les supports muraux ainsi que sur les axes structurants pour les dispositifs scellés au sol.

En zone P3 il faudrait porter la surface d'affichage à 8 m² pour un dispositif total de 10,5 m².

L'UPE demande la suppression de la ZP4 (hors agglomération) qui bloque les évolutions ultérieures lors des modifications d'urbanisme. Elle souhaite également que la trame 2 soit retirée sur : la M2009, l'avenue Forest, le boulevard Quinet (Clermont), l'avenue du Mont-Dore (Beaumont) et l'avenue du Brézet (Lempdes).

Enfin l'UPE souhaite l'harmonisation des dispositifs lumineux de vitrine en l'autorisant sur tout le territoire pour une surface cumulée de 2 m² par vitrine. La loi ne permet pas de les interdire mais de les réglementer (surface, consommation énergétique, heures d'extinction).

- Courriel d'Atlantic-Juris (avocat-conseil) pour le compte du groupe COCKTAIL :

L'entreprise est spécialisée dans l'affichage « grand-format » numérique et commercialise également ses supports.

La publicité numérique évite la multiplication des supports puisque pouvant diffuser plusieurs messages sur le même outil. Ce en quoi elle participe à la préservation de l'environnement et du cadre de vie et peut permettre la disparition de l'affichage 4 x 3 papier traditionnel.

Les dispositifs d'éclairage (de type LED) sont économes. Leur bilan carbone, après étude, se révèle positif.

Les supports pourront évoluer dans l'avenir pour devenir autonomes sur le plan énergétique.

Cocktail Vision demande par conséquent le maintien du dispositif réglementaire en vigueur pour l'affichage numérique « grand-format » sans durcissement local des textes.

- Courriel de la société « Jour et Nuit » qui demande le maintien des panneaux de publicités numériques.
- Courriel de l'Association Paysages de France, sites et monuments qui reprend ses 13 demandes vues en 5-f.
- Courriel de Puy de Dôme Nature Environnement qui formule 10 demandes :
 - Maintien des interdictions du L581-8.
 - Interdiction du numérique.
 - Interdiction des publicités sur mobilier urbain.
 - Interdiction des enseignes de toiture.
 - Respect du principe d'équité.
 - Réduction du nombre de zone.
 - Interdiction des enseignes scellées au sol Limitation des surfaces des enseignes sur façade.
 - Réhabilitation des zones et axes commerciaux.
 - Réglementation des enseignes temporaires.
- Courriel EELV qui considère que des progrès notables ont été réalisés mais qui souhaite voir évoluer les points suivants :
 - Limiter encore plus la publicité numérique.
 - Augmenter les périmètres « entrée de ville ».
 - En ZP3 limiter la densité et interdire le numérique.
 - Réintégration des zones déjà interdites sur certaines communes.
 - Compléter les périmètres sites et monuments historiques.
 - Ne pas déroger aux règles du PNR dans les bourgs qui y sont situés.
 - Mettre en place une instance de contrôle.
- Courriel JC Decaux souhaite que le règlement soit conforme aux objectifs réglementaires du mobilier urbain : porter à 8 m2 sa taille partout où il est autorisé.
- Courriel du SNPE (et visite de son représentant) demandant :
 - Le respect de la liberté d'affichage et la suppression de la différence de traitement privé/public.

- Rétablir le format affiche à 8 m² pour 10,5 m² hors-tout comme en bénéficie le mobilier urbain sur certaines zones.
- Le format 4,7 m² peut être accepté par la profession.
- Ne pas inclure les trappes de sécurité dans les calculs de surface.
- Sur les voies de circulation faisant la frontière entre 2 zones, adopter le dispositif le plus favorable à la profession.
- Ramener à 20 mètres le linéaire au sol puis le porter au-delà à 50 mètres et le supprimer en mural.
- Passer en ZP3 certains secteurs oubliés.
- Adopter le principe d'égalité entre privé et public sur la trame 1.
- Revenir au RNP pour le numérique en ZP2B et ZP3. Là encore le principe d'égalité n'est pas respecté.

6 – EXAMEN DES REMARQUES DU PUBLIC (annexe 4)

Il n'y a eu aucun incident au cours de l'enquête et son organisation était bonne. La population a pu s'exprimer par les différents moyens mis à sa disposition. (registres, permanences, courriers et courriels).

Le public, les communes et différents organismes ont formulé 177 remarques au moyen de :

- 117 courriels
- 0 courrier
- 0 annotation sur les registres ou observation orale reprise par le commissaire-enquêteur.

6 personnes se sont présentées aux permanences (dont 3 pour information) et 120 personnes ou organismes sont intervenus à l'enquête.

Au regard de la population concernée (environ 300 000 personnes) la participation du public lors des permanences est faible (manque d'information, d'intérêt ou approbation du projet ?). C'est d'autant plus regrettable que l'intérêt du projet reposait sur ses effets positifs sur les paysages, le cadre de vie et la perception des villes et villages. Toutefois les courriels ont été nombreux.

Un certain nombre de remarques (105 remarques soit 58 %), voir chapitre 5-1, rejettent toute forme de publicité et tout particulièrement celles ayant recours aux énergies.

(Commentaire du CE : Ces remarques sont pour l'essentiel formulées de façon laconique et péremptoire. Il est donc difficile de mettre en œuvre l'idée d'une négociation ou d'un dialogue. Il convient alors, malheureusement, de les considérer comme une fin de non-recevoir dogmatique du projet, leur hostilité

ne proposant pas d'alternatives constructives ou de propositions évolutives. La métropole, dans le cadre de sa réponse au PV, détaillera les efforts réalisés sur ces observations).

Les professionnels (2 syndicats et 6 entreprises), impactés par ce nouveau dispositif, ont formulé 34 propositions d'amendement du règlement (voir chapitre 5-1) :

Les associations et partis politiques (voir 5-f) ont formulé leurs commentaires dans le cadre de la procédure préalable à l'enquête puis ont participé à l'enquête avec 30 remarques.

Les autres thèmes abordés par le public et les communes concernent :

- L'uniformisation des enseignes dans le centre historique (1 remarque).
- La commune de Gerzat demande la prise en compte de son RLP (1 remarque).
- Suppression des publicités sur l'alcool près des écoles (1 remarque).
- Adopter une charte graphique (2 remarques).
- La commune de Clermont demande quelques précisions sur le règlement, l'intégration du SPR et la limitation du zonage (voir 5-1, 3 remarques).

7 - PROCÈS-VERBAL D'ENQUÊTE

Le procès-verbal de synthèse (annexe 5) a été remis au demandeur et commenté le 7 octobre 2022.

Il comprenait :

- Les demandes des PPA (voir chapitre 5-f).
- Les observations du public (chapitre 6) et synthèse (annexe 4).
- Les remarques des associations et des partis (chapitres 5-f et 5-1).
- Les propositions des professionnels de l'affichage (chapitre 5-1 et annexe 4).
- Mes propres questions :
 - Comment mettez-vous en œuvre le contrôle des mises en conformité limitées dans le temps ? Qui en aura la charge ?

- Envisagez-vous de communiquer à la population l'état d'avancement du projet définitif ?
- Qui validera le choix des couleurs des supports ?
- Les dispositions applicables aux enseignes de façade évoquent la possibilité de les installer en hauteur sans limiter celle-ci. Est-ce normal ?
- Est-il possible de mentionner dans le projet les principales exceptions réglementaires aux dispositions particulières ?
- Les dispositifs numériques autonomes sur le plan énergétique (Capteur solaire) sont-ils concernés par l'interdiction réglementaire ?

8 - RÉPONSE DU DEMANDEUR AU PROCÈS-VERBAL D'ENQUÊTE ET COMMENTAIRES DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR

Le porteur de projet a répondu à l'intégralité des demandes et observations le 21 octobre 2022 au PV (annexe 6).

Il se positionne ainsi :

- **Modifications, concessions et engagements :**
 - Le RLP de Gerzat sera pris en compte.
 - Le SPR sera intégré dans le plan.
 - La règle relative aux enseignes en étage sera reformulée pour être mieux comprise.
 - L'interdiction des spots sera supprimée mais ceux-ci seront réglementés.
 - La règle relative aux réalisations des enseignes parallèles sera moins contraignante.
 - La référence aux couleurs des bâtis sera supprimée. Les choix seront appréciés par l'instructeur de la demande.
 - Les dispositifs temporaires de moins de 3 mois seront alignés sur le RNP.
 - L'avis de l'ABF sera requis pour les secteurs de protection patrimoniale. La modalité des accords de l'UDAP sera également précisée.
 - La gouvernance de l'application du RLPi est à l'étude.
 - Un document de synthèse du projet définitif à destination du public sera réalisé après validation par la communauté.
 - Le projet final précisera les exceptions réglementaires aux dispositions particulières du RLPi.
 - Une réflexion sur les dispositifs à énergie renouvelable autonome sera étudiée.

- **Réexamen éventuel :**
 - Les points réglementaires trop restrictifs pour les professionnels feront l'objet d'un débat au sein de la communauté de communes.
 - La règle de densité des dispositifs muraux sera rediscutée.
 - Le cas du domaine public ferroviaire sera revu.
 - Les formats pourraient être revus en fonction de certaines contraintes techniques.
 - Des arbitrages politiques seront faits sur les dispositifs numériques de 2 m2 et sur les dispositifs de vitrines.
 - La formulation sur la hauteur des enseignes de façade sera revue.

- **Maintien des dispositions** aux motifs que les demandes n'entrent pas dans la mission du plan, qu'elles ne sont pas réglementaires, qu'elles sont déjà inscrites dans le plan ou qu'elles sont en contradiction avec la volonté politique de Clermont Auvergne Métropole :
 - L'essentiel des remarques du public s'opposant à la publicité en général et de celles formulées par les associations en précisant que le règlement est déjà plus ambitieux que la réglementation nationale et qu'il a été tenu compte de certaines remarques lors de la phase d'élaboration du projet.
 - Publicité à proximité des écoles.
 - Le secteur patrimonial historique fait l'objet d'une harmonisation.
 - Le projet contient un zonage déjà limité en nombre et correspond aux enjeux de préservation du cadre de vie.
 - La surface des enseignes mutualisées ne sera pas modifiée par souci de préservation du cadre de vie dans les secteurs zones résidentielles et entrées de ville.
 - Les trames seront conservées telles que cartographiées dans le règlement.
 - Maintien de l'objectif de réduction de la taille des dispositifs numériques.
 - L'objectif du RLPi pour les affichages « grands formats » reste plus ambitieux que le RNP.
 - La ZP4 est maintenu en l'état sous réserve de l'évolution de l'urbanisation.
 - La trame 2 est maintenue.
 - La règle du zonage à la parcelle est maintenue.
 - Les secteurs commerciaux de proximité ne peuvent être assimilés à la ZP3.

- Le numérique ne peut pas être encadré de façon plus importante sauf à être en désaccord avec la réglementation.
- Le RLPi doit permettre aux activités et commerçants locaux de rester visibles même dans certains secteurs protégés. L'affichage dans le PNR est très limité mais doit permettre la visibilité des activités locales.
- La densité est déjà encadrée en ZP3.
- Il n'y aura pas de publicité murale en trame 1 et 2.
- Le RLPi n'est pas tenu de mener une étude financière de son impact.

9 - CLÔTURE DE L'ENQUÊTE

Les certificats d'affichage des mairies ont été adressés à la communauté de communes.

L'enquête a été close le 29 septembre 2022 à midi.

Le présent rapport est communiqué ce jour au Président de Clermont Auvergne Métropole accompagné des conclusions, des registres d'enquête et du dossier. Une copie est transmise au Tribunal Administratif.

Issoire, le 26 octobre 2022

Le Commissaire-Enquêteur

Bernard GRUET

10 - SIGLES UTILISÉS DANS LE RAPPORT

ABF : Architecte des bâtiments de France

AE : Autorité environnementale

CCI : Chambre de commerce et de l'industrie

CDNPS : Commission départementale de la nature, des paysages et des sites

DDT : Direction départementale des territoires

DRAC : Direction régionale des affaires culturelles

PLUi : Plan local d'urbanisme intercommunal

PPA : Personnes publiques associées

RLPi : Règlement local de publicité intercommunal

SPR : Sites patrimoniaux remarquables

UDAP : Union départementale de l'architecture et du patrimoine

11 – ANNEXES

1 – Désignation du Tribunal Administratif

2 – Arrêté prescrivant l'enquête publique

3 – Avis presse

4 – Synthèse des remarques du public

5 – Procès-verbal d'enquête

6 – Réponse du demandeur au PV