



MULHOUSE ALSACE
AGGLOMÉRATION



Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI)

Rapport de présentation - Partie Orientations

Vu pour être annexé à la délibération du Conseil d'Agglomération du 26 septembre 2022



Le Vice-Président

Remy NEUMANN



Proposition d'orientations pour le Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

Les fondements du projet de RLPi

Le 25 mars 2019, le Conseil d'Agglomération de m2A a approuvé la révision du Schéma de Cohérence Territoriale de la Région Mulhousienne (SCOT) et de son Projet d'Aménagement et de Développement Durables (PADD). Par ailleurs, il a décidé le 20 mai 2019 de transférer les compétences liées à la planification urbaine, dont le RLPi fait parti.

Par délibération du 9 décembre 2019, le Conseil d'Agglomération a engagé l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal. Les orientations de ce dernier s'inscrivent en cohérence avec le SCOT précédemment approuvé en s'appuyant notamment sur les orientations de l'axe 2 : « un territoire exemplaire du point de vue environnemental ». La limitation de la consommation d'énergie, la préservation des paysages et des espaces naturels et le renforcement de qualité du cadre de vie constituent les lignes directrices du futur RLPi.

Les orientations développées dans le projet de RLPi s'appuient également sur l'ambition de Mulhouse Alsace Agglomération de renforcer son attractivité économique et d'assurer un développement équilibré et raisonné du commerce.

Conformément à l'esprit du code de l'environnement, les orientations visent à adapter la réglementation nationale aux circonstances et caractéristiques locales. Elles répondent aux objectifs que s'est donné le Conseil d'Agglomération de Mulhouse Alsace Agglomération, lors de la prescription du projet, à savoir :

1. Améliorer la qualité du paysage urbain, résidentiel et d'activités, afin de renforcer l'attractivité résidentielle et économique de l'agglomération mulhousienne.
2. Intégrer les enjeux du développement durable
3. Préserver la trame verte et bleue
4. Protéger les secteurs patrimoniaux
5. Renforcer l'attractivité des pôles commerciaux
6. Harmoniser la réglementation, notamment sur les axes structurants de l'agglomération

Les enjeux du territoire de l'agglomération mulhousienne

L'enjeu majeur du RLPi réside dans la préservation de la qualité paysagère du territoire de m2A, aussi bien au sein des espaces urbains, bâtis et habités que dans les espaces naturels, supports de biodiversité et d'aménités environnementales. Il garantit cependant également la liberté d'expression des acteurs économiques qui doivent pouvoir communiquer sur leur offre de biens et de services pour pouvoir développer leurs activités.

Le diagnostic réalisé a identifié, sur le territoire de l'agglomération mulhousienne, plusieurs types d'enjeux paysagers, notamment au sein des espaces verts, qu'ils soient inscrits dans la trame urbaine ou périphérique ou encore dans des lieux marqués par le patrimoine bâti (abords de monuments historiques, cités ouvrières...). D'une manière plus générale, il a rappelé que la publicité extérieure est une composante importante des paysages de notre territoire. Il fait le constat de la diversité des enjeux et des situations répertoriées, fruits de l'application de 10 réglementations différentes au sein de l'agglomération.

Parallèlement, il relève qu'il existe également des traits communs aux RLP de l'agglomération, comme par exemple la limitation de la densité des dispositifs par l'utilisation d'une règle d'interdistance entre les panneaux publicitaires.

Enfin, en inventoriant les panneaux non conformes vis-à-vis de la réglementation nationale actuelle, il apporte aux communes les informations nécessaires à l'exercice de leur pouvoir de police en matière de publicités et d'enseignes.

Aussi, le RLPi visera la mise en cohérence et l'harmonisation de la réglementation en matière de publicités et d'enseignes, à l'échelle du territoire de l'agglomération mulhousienne.

De plus, il permettra l'adaptation des règles aux mutations en cours : celles d'un territoire en perpétuelle évolution, mais aussi celles liées aux récentes évolutions technologiques : à ce titre, le développement des dispositifs numériques sera limité et encadré.

Enfin, il aura pour objectif de contrôler le développement de la publicité extérieure et de limiter son impact sur l'environnement urbain.

Les orientations du RLPi

Dans la perspective d'une croissance respectueuse de l'environnement et de mise en valeur du cadre de vie, 5 orientations générales ont été identifiées. Elles sont le fruit de la collaboration mise en place avec les communes et du processus de concertation engagé avec les partenaires du projet (acteurs institutionnels, associatifs et professionnels, grand public).

1. Préserver les identités paysagères de l'agglomération mulhousienne, qu'elles soient naturelles ou bâties

1.1. Protéger les espaces verts et patrimoniaux, les entrées de Ville, les voies d'eau et les quartiers d'habitation remarquables.

A travers le PADD du SCOT et sa déclinaison dans le Document d'Orientations et d'Objectifs (DOO), l'Agglomération mulhousienne s'est donnée pour objectif de préserver et de conforter l'environnement naturel et paysager de l'agglomération. C'est pourquoi, une attention toute particulière sera portée à la protection des espaces à forte valeur en la matière et considérés comme sensibles : il s'agit des abords des monuments historiques ou remarquables, des voies d'eau, des espaces verts et naturels et plus largement des quartiers résidentiels considérés comme remarquables.

Par ailleurs, les entrées d'agglomération et les coupures vertes qui les précèdent constituent des « vitrines » du territoire de Mulhouse Alsace Agglomération. Le diagnostic montre plusieurs exemples qui questionnent l'opportunité de maintenir certains dispositifs de grand format en ces lieux. C'est pourquoi, dans l'ensemble de ces espaces dit « sensibles », la publicité sera très fortement limitée, voire interdite, et la taille des enseignes sera encadrée.

1.2. Limiter les dispositifs publicitaires dans les zones résidentielles et les zones d'activités économiques non commerciales

Les espaces spécifiquement résidentiels, tout comme les zones d'activité tertiaires, industrielles et artisanales, n'ont pas vocation à accueillir un nombre important de dispositifs publicitaires. En effet, les flux de circulation y sont limités et la qualité du paysage doit avant tout être protégée au bénéfice de l'attractivité résidentielle et économique des secteurs en question. En effet, un environnement de qualité répond non seulement à la demande de bien être des habitants, mais aussi à celle des entreprises qui ont besoin d'un environnement sobre qui leur permet



MULHOUSE ALSACE
AGGLOMÉRATION

d'être lisibles par des enseignes simples et des bâtiments de qualité. C'est pourquoi, la publicité extérieure sera particulièrement limitée dans les espaces résidentiels et les zones d'activités non commerciales.

2. Valoriser les cœurs historiques et les centralités de l'agglomération

Le centre-ville de Mulhouse, cœur historique de l'agglomération, et les centres-bourgs façonnent l'identité de l'agglomération et de ses communes membres. Ces lieux sont également ceux qui sont porteurs de la plus grande diversité fonctionnelle : habitat et commerce s'y jouxtent, rues piétonnes et boulevards s'y côtoient, les enseignes sont nombreuses... Une attention particulière sera par conséquent portée à ces espaces : la publicité y sera en effet sensiblement limitée et les enseignes devront faire l'objet d'un soin particulier. Ainsi, il est envisagé de maintenir la règle des lettres découpées de 30 cm maximum, en vigueur au centre de Mulhouse, et de l'étendre aux centres-bourgs*.

3. Améliorer la qualité paysagère des axes structurants

Les principaux axes de communications de l'agglomération constituent des lieux prisés des publicitaires en raison de l'importance des flux de véhicules. Parallèlement, il s'agit également de lieux vecteurs de l'image du territoire et de son attractivité. Aussi, le RLPi s'attachera à y limiter la densité des dispositifs publicitaires.

Aujourd'hui, les différents RLP de l'agglomération imposent une interdistance de 100 m entre deux dispositifs de grands formats, situés sur le même côté de la rue, à l'exception de ceux de Mulhouse et de Kingersheim, où l'interdistance est de 40 m. Le futur RLPi s'attachera à homogénéiser, mais aussi à renforcer, les règles d'espacement en vigueur à l'échelle de l'agglomération, afin de mieux concilier enjeux de communication et enjeux paysagers. Il est ainsi envisagé d'étendre la règle d'interdistance de 100 mètres à l'ensemble de l'agglomération et de l'appliquer des deux côtés de la rue*.

4. Maintenir et renforcer l'attractivité des zones commerciales périphériques

Les pôles commerciaux périphériques de l'agglomération sont des espaces entièrement dévolus au commerce. A ce titre, ils constituent des lieux privilégiés quant à l'expression de la créativité en matière de publicité. C'est pourquoi, il est prévu que la réglementation locale ne soit pas plus restrictive, en ces lieux, que ce que prescrit le code de l'environnement.

5. Réduire l’empreinte carbone de la publicité en encadrant le développement des nouvelles technologies d’affichage

A travers le SCOT, l’Agglomération mulhousienne s’est donnée pour objectif de rendre son territoire exemplaire d’un point de vue environnemental. Aussi, l’ambition d’une politique cohérente d’économies d’énergie et de préservation des entités paysagères plurielles se traduira par un encadrement rigoureux des nouveaux dispositifs numériques.

Ces derniers constituent sans conteste des supports efficaces, flexibles et efficaces. Mais leur capacité à attirer le regard, gage de leur efficacité, a pour conséquence un fort impact visuel et environnemental. C’est pourquoi, les possibilités de développement des dispositifs lumineux et numériques seront restreintes à certains lieux propices dédiés, tels les zones commerciales, les axes structurants et les grands centres-villes. A contrario, dans les lieux d’habitation et les secteurs sensibles, les dispositifs numériques ne sont pas opportuns. Leur implantation n’est envisagée jusqu’à 8 m² qu’en zone commerciale et jusqu’à 2 m² uniquement le long de certains axes structurants de l’agglomération et dans certains centres-villes*.

Par ailleurs, il est envisagé d’étendre la plage horaire d’extinction nocturne obligatoire afin de limiter la consommation d’énergie et la pollution lumineuse, source de perturbations des écosystèmes*.

** Les exemples de propositions mentionnés permettent d’illustrer le propos concernant les futures règles qui pourraient être adoptées. Ils ne sont ni complets, ni définitifs.*