

« Quelle place tiennent la publicité et les enseignes sur le territoire ? »

« Quelles règles faut-il définir pour mieux les encadrer ? »

Autant de questions qui se posent et auxquelles GRAND BESANCON METROPOLE tient à ce qu'elles soient étudiées afin de construire ensemble, les bases essentielles du futur RLPI. Aussi la concertation a pour but de :

- vous fournir une information claire sur le projet ;
- permettre l'expression de vos attentes, vos idées et vos avis sur les orientations ;
- encourager l'affirmation de vos propositions en matière de publicité.

Pour en savoir plus



- Rendez-vous sur la page dédiée
- Découvrez l'évolution du projet grâce aux supports qui seront réalisés : lettres, affiches...

Comment participer et s'exprimer ?



Par message électronique
concertation-publique-4785@registre-dematerialise.fr



Par la mise à disposition, au siège de Grand Besançon Métropole et dans chacune des Mairies concernées, d'un registre de concertation destiné à recueillir vos observations.
4 rue Plançon, 25000 Besançon



Par courrier postal à l'attention de **Grand Besançon Métropole – Mission PLUi, 4 rue Plançon, 25000 Besançon**



En réunion publique



L'enquête publique

Quel calendrier ?

16 DÉC. 2019
Prescription de l'élaboration du RLPI

MAI 2024
Débat sur les orientations générales du RLPI

SEPT. 2024
bilan de la concertation et arrêt du projet de RLPI

AVRIL 2025
Approbation du RLPI

CONCERTATION

ASSOCIATION DES PPA

COLLABORATION EPCI – COMMUNES

OCT.–DÉC. 2024
Avis PPA+CDNPS (3 mois)

JANVIER 2025
enquête publique

La pub dans la métropole on en débat !



Le long des routes, près des magasins ou encore dans les centres de nos villes, on a tous l'habitude de rencontrer une grande diversité de panneaux. Cette publicité illustre l'activité de notre métropole mais ces dispositifs peuvent aussi rendre notre environnement un peu trop chargé visuellement.

Pour implanter la publicité, les enseignes et des pré-enseignes, des règles existent. Pour les choisir, Grand Besançon Métropole élabore son Règlement local de publicité intercommunal (RLPI).

Le RLPI se construit maintenant et ensemble avec les élus des 68 communes, les associations de protection de l'environnement, les professionnels de l'affichage, les commerçants, les annonceurs et tous les habitants !

Qu'est-ce qu'un RLPi ?

C'est quoi la pub ? C'est quoi un RLPi ? Ça sert à quoi ? Pourquoi en faire un ? Quelles sont les premières étapes ? Nos réponses point par point.

1. C'est quoi la pub ?

La publicité regroupe toute information sous forme de texte, d'image ou de forme visible depuis un espace extérieur ouvert à la circulation publique, routière ou non, sur un terrain public ou sur un terrain privé.

Les enseignes :

inscriptions, formes ou images situées sur un bâtiment ou sur son terrain et relatives à l'activité qui s'y exerce

Les préenseignes :

inscriptions, formes ou images qui indiquent la proximité d'une activité déterminée

Les publicités :

inscriptions, formes ou images destinées à informer le public ou à attirer son attention

2. C'est quoi un RLPi ?

Le RLPi est un outil de protection du cadre de vie : il encadre les conditions d'installation des publicités et enseignes (nombre, surface, caractère lumineux...). Le RLPi intervient sur les conditions d'implantation et le format des dispositifs de publicité, d'enseignes et de préenseignes, mais ne peut pas intervenir sur le contenu du message publicitaire.

3. Pourquoi un RLPi ?

Le but est d'apporter une réponse adaptée aux besoins spécifiques de protection du paysage et de l'environnement, tout en garantissant la liberté d'expression, du commerce et de l'industrie. L'enjeu principal du RLPi pour la métropole sera ainsi de trouver un **équilibre** entre **protection de l'environnement et du cadre de vie**, attractivité, et **développement économique**. Véritable outil de planification en matière d'affichage publicitaire, le RLPi doit permettre d'**instaurer un principe d'harmonisation et de cohérence** à l'échelle des 68 communes.



4. Quels objectifs pour notre RLPi ?

- Revaloriser l'image du territoire, notamment en améliorant la qualité paysagère des entrées de l'agglomération
- Préserver l'attractivité économique et commerciale
- Veiller à ce que la publicité ne soit pas un facteur de dégradation du cadre de vie et du paysage



5. Que contient un RLPi ?

- Un rapport de présentation comprenant un état des lieux de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur le territoire, les objectifs et orientations du RLPi, les explications des choix retenus dans le projet.
- Un règlement écrit définissant pour chaque zone repérée dans un document graphique (le plan de zonage), les dispositions réglementaires applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes.
- Des annexes constituées notamment des arrêtés municipaux fixant les limites d'agglomération.

6. Comment se construit-il ?

Tous les intervenants – **communes, population, afficheurs, annonceurs, commerçants, associations...** – seront associés à chaque étape de la procédure, depuis la prescription jusqu'à l'approbation du projet après enquête publique. La démarche débute par la **réalisation d'un état des lieux** de la présence des dispositifs publicitaires sur le territoire. C'est le diagnostic. Il servira de base aux premiers échanges et propositions.

