



VILLE DE BEAUVAIS

APPROBATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

RAPPORT DE PRÉSENTATION

DÉPARTEMENT DE L'OISE
ALA PRÉFECTURE DE L'OISE
LE 22 MAI 2017



Vu pour être annexé à la délibération du 12 Mai 2017

Le : 19/05/2017



Le Maire,
Sénateur de l'Oise

Caroline CAYEUX



Doc. 1

Commune de Beauvais

Règlement local de publicité

RLP

Rapport de présentation

Sommaire

Introduction	4
1. Contexte géographique et administratif.....	5
1.1. Localisation	5
1.2. Population.....	6
1.3. Axes de communication.....	6
1.4. Activités économiques et industrielles	6
1.5. Sites protégés.....	6
1.6. Contexte géographique	6
1.7. Chronologie :.....	7
1- Diagnostic de la publicité extérieure.....	7
2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.	7
2. Diagnostic.....	8
2.1. Objet du diagnostic.....	8
2.2. Problèmes identifiés	8
2.3. Cartographie des secteurs à enjeu.....	9
2.4. Synthèse statistique.....	10
3. Orientations	11
3.1. Améliorer l'image et l'attractivité du territoire	11
3.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale.....	12
3.3. Effectuer des économies d'énergie	12
3.4. Améliorer l'efficacité et l'intégration de la signalisation des acteurs économiques:	12
4. Objectifs.....	13
4.1. Objectifs pour les préenseignes.....	14
4.2. Objectifs pour les publicités.....	15
4.3. Objectifs pour les enseignes	16
Conclusion.....	17

Introduction

L'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou, à défaut, la commune peut élaborer sur l'ensemble du territoire de l'établissement public ou de la commune un Règlement Local de Publicité (RLP) qui adapte les dispositions nationales du Code de l'Environnement au contexte local.

Le RLP définit une ou plusieurs zones (couvrant l'ensemble du territoire communal ou intercommunal) où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national tout en conciliant la liberté d'expression avec la protection du cadre de vie.

Le RLP est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies par le Code de l'Urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par le même code.

L'élaboration, la révision ou la modification du RLP et l'élaboration, la révision ou la modification du PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique dans les conditions définies par le chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'Environnement.

Le RLP, une fois approuvé, est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu.

A compter de son approbation, les publicités et préenseignes conformes aux réglementations antérieures ont 2 ans pour se mettre en conformité avec les dispositions du RLP, les enseignes ont 6 ans.

Le RLP comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.
- **La partie réglementaire** comprend les prescriptions adaptant les dispositions nationales.
Les prescriptions du RLP peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie.
- **Le ou les documents graphiques** font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Outre les formalités de publication prévues par le Code de l'Urbanisme, le RLP est mis à disposition sur le site internet, s'il existe, de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale.

1. Contexte géographique et administratif

1.1. Localisation

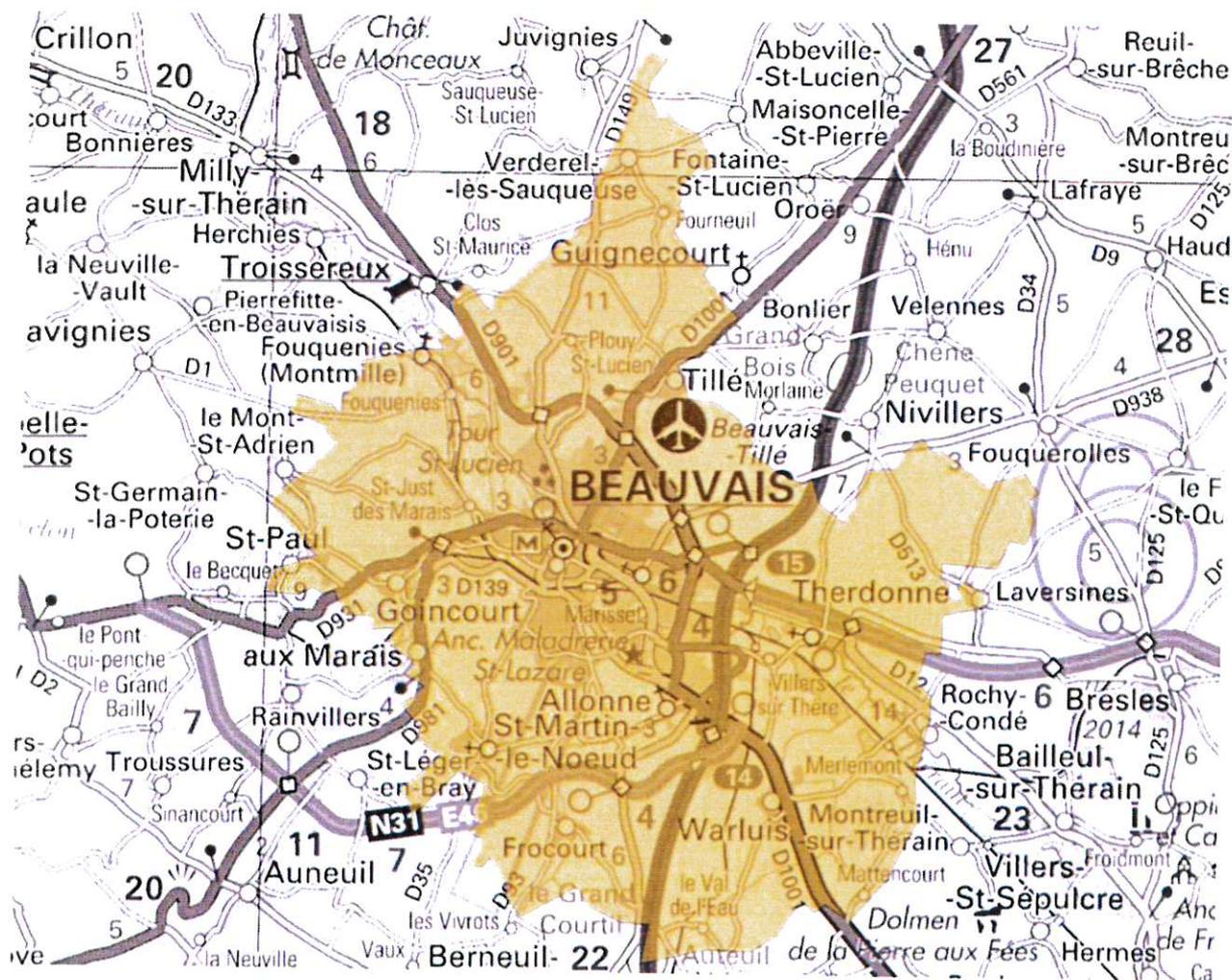
La commune de Beauvais est située dans le département de l'Oise, dont elle est la préfecture, et la région Nord-Pas-de-Calais Picardie. Elle se trouve au nord du bassin parisien, à moins de 80 km de Paris.

La commune est au cœur de la Communauté d'Agglomération du Beauvaisis (CAB) qui regroupe 31 communes. Cette communauté d'agglomération n'a pas au moment de l'élaboration de ce RLP la compétence pour l'élaboration du plan local d'urbanisme (PLU) qui reste de la compétence des communes, de même que l'élaboration des RLP.

La commune de Beauvais est dans le périmètre du Schéma de Cohérence Territorial (SCOT) de la CAB approuvé le 12 décembre 2014.

Le territoire communal de Beauvais est limité par les 9 communes suivantes :

- au Nord par la commune de Troissereux ;
- au Nord-Est par la commune de Tillé ;
- au Sud-Est par la commune de Therdonne ;
- au Sud par les communes d'Allonne et de St-Martin-le-Noeud ;
- au Sud-Ouest par les communes de Aux-Marais et Goincourt ;
- au Nord-Ouest par les communes du Mont-st-Adrien et de Fouquénies.



Extrait de carte IGN tirée du site « Géoportail »

1.2. Population

Selon le recensement de la population au 1^{er} janvier 2016, la commune de Beauvais compte au total 56 772 habitants. Ce sont donc les dispositions relatives aux agglomérations communales de plus de 10 000 habitants qui s'appliquent, à l'exception du hameau de Plouy Saint-Lucien, qui constitue une agglomération de moins de 10 000 habitants. Elle représente à elle seule plus des deux tiers de la population totale de la CAB (82 500 habitants en 2011).

La superficie communale est de 33,31 km², ce qui donne une densité de population en 2016 de 1 704 habitants par km².

1.3. Axes de communication

Le territoire de la commune de Beauvais est traversé par **quatre voies classées à grande circulation** :

- La D 1001 qui traverse l'agglomération approximativement du Nord au Sud. En agglomération elle prend les noms de « avenue Marcel Dassault » et « avenue Kennedy ».
- La D 901 qui contourne le centre de l'agglomération par l'Est. En agglomération, elle traverse des zones d'activités à vocation commerciale et prend les noms de « rue Pierre et Marie Curie », « Avenue Blaise Pascal » et « rue du Moulin de Bracheux ».
- La D 931 (route de Rouen à Reims), qui traverse l'agglomération approximativement sur un axe Est-Ouest. En agglomération, elle prend les noms de « avenue Jean Mermoz » et « rue de Clermont ».
- La N 91 constitue le prolongement de la D 931 à l'est de la commune et hors agglomération.
- Beauvais dispose également d'un aéroport à environ 5 km du centre-ville, situé sur la commune voisine de Tillé.

1.4. Activités économiques et industrielles

La Ville de BEAUVAIS, compte plus de 2000 établissements industriels et commerciaux répartis dans de nombreux pôles économiques et zones d'activités réparties sur son territoire :

Centre-ville commercial, Pôle ISAB, Zone d'activités de l'Avelon, du Tilloy, des Champs Dolents, de la Murette, de Bracheux, de la Longue Haie - PAE du Haut-Villé, de la Vatine - Zones industrielles n°1 et 2, Zone d'activités commerciales Saint-Lazare, de Ther.

1.5. Sites protégés

La commune de Beauvais est riche de 22 monuments historiques et également de 3 sites classés sur lesquels et à moins de 100 m et dans le champ de visibilité desquels (pour les monuments historiques classés ou inscrits), la publicité est interdite.

Ces sites protégés sont reportés sur le plan de zonage annexé au présent règlement local de publicité.

1.6. Contexte géographique

Préfecture de l'Oise, Beauvais est une commune assez urbaine avec ses 56 772 habitants, mais elle reste entourée de terres agricoles et forestières. En effet elle est entourée de collines boisées et est située dans un vallon. Le centre-ville étant en fond de vallon, il constitue la principale perspective paysagère depuis les plateaux qui le bordent.

1.7. Chronologie :

Par décision en date du 13 décembre 2011, le tribunal administratif d'Amiens a annulé le règlement local de la publicité et des enseignes élaboré en 1998.

Le conseil municipal de Beauvais a donc délibéré le 14 juin 2012 pour prescrire l'élaboration d'un nouveau RLP pour la commune qui adapte la réglementation nationale à son territoire.

Les élus ont décidé début 2013 de mandater un bureau d'étude pour assister la commune dans l'élaboration d'un nouveau RLP. La mission confiée le 30 mai 2013 au bureau d'étude Alkhos est composée de deux phases :

- une phase préalable de diagnostic de la publicité extérieure ;
- une phase d'accompagnement dans la procédure d'élaboration du RLP.

En raison des changements opérés dans la constitution du conseil municipal suite aux élections de mars 2014, le conseil municipal de Beauvais a délibéré une nouvelle fois le 3 juillet 2015 pour prescrire l'élaboration d'un nouveau RLP pour la commune et définir les modalités de la concertation.

1- Diagnostic de la publicité extérieure

Le diagnostic, réalisé en juillet et Août 2013 a porté notamment sur le repérage des irrégularités en matière d'affichage publicitaire et sur l'identification des dispositifs nécessitant un traitement spécifique, au-delà de la réglementation générale.

Le diagnostic s'est achevé le 25 septembre 2013 par sa restitution en comité de pilotage.

2- Elaboration du Règlement Local de Publicité.

Au regard des problématiques mises au jour par le diagnostic, le conseil municipal s'est réuni le 18 décembre 2015 pour débattre et s'accorder sur les orientations et objectifs du futur RLP.

Une réunion publique de concertation a été organisée le 26 janvier 2016 afin de recueillir les avis de la population et plus particulièrement, des acteurs économiques locaux et des représentants des sociétés d'affichage.

Ces dernières ont été reçues en mairie le 16 mars 2016 dans le cadre d'une réunion de concertation.

Les services de l'Etat compétents en la matière ont été associés à cette procédure d'élaboration d'un RLP. Ils ont notamment été invités par la commune à s'exprimer sur le projet de RLP le 27 avril 2016. Le projet de RLP a été modifié avant son arrêt, pour intégrer les observations issues de la concertation.

2. Diagnostic

2.1. Objet du diagnostic

La commune de Beauvais ne dispose pas d'un recensement exhaustif ou partiel des dispositifs de publicité extérieure non conformes vis-à-vis, en particulier, du Code de l'Environnement en vigueur.

A partir d'un repérage de terrain et à l'analyse des documents remis par la commune (recensement des dispositifs par le bureau d'étude Go Pub notamment), le prestataire a cependant procédé à une description des principaux types de dispositifs publicitaires non conformes sur le territoire communal à savoir : enseignes, préenseignes, panneaux publicitaires, mobilier urbain, micro-signalétique, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires. Alkhos a également évalué la proportion d'infraction pour chaque catégorie de dispositif avec les réglementations en vigueur. On peut notamment estimer aujourd'hui que **plus du tiers des enseignes de Beauvais ne sont pas conformes avec la réglementation nationale** applicable depuis le 1^{er} juillet 2012(1) !

Alkhos a en outre photographié des types et/ou des concentrations de dispositifs conformes avec les réglementations en vigueur mais portant cependant un préjudice certain à la qualité et à la lisibilité des secteurs dans lesquels ils se trouvent.

(1) Le décret 2012-118 du 30 janvier 2012 dont les dispositions sont pour la plupart applicables depuis le 1^{er} juillet 2012 a introduit un durcissement sensible des dispositions concernant les enseignes en particulier. Les enseignes préexistantes non conformes avec les nouvelles dispositions du code de l'environnement ne seront en infraction et donc verbalisables qu'à compter de juillet 2018.

Il convient cependant de préciser que les nouvelles dispositions réglementaires applicables à la publicité extérieure restent en-deçà des objectifs de la commune en termes de protection du cadre de vie.

2.2. Problèmes identifiés

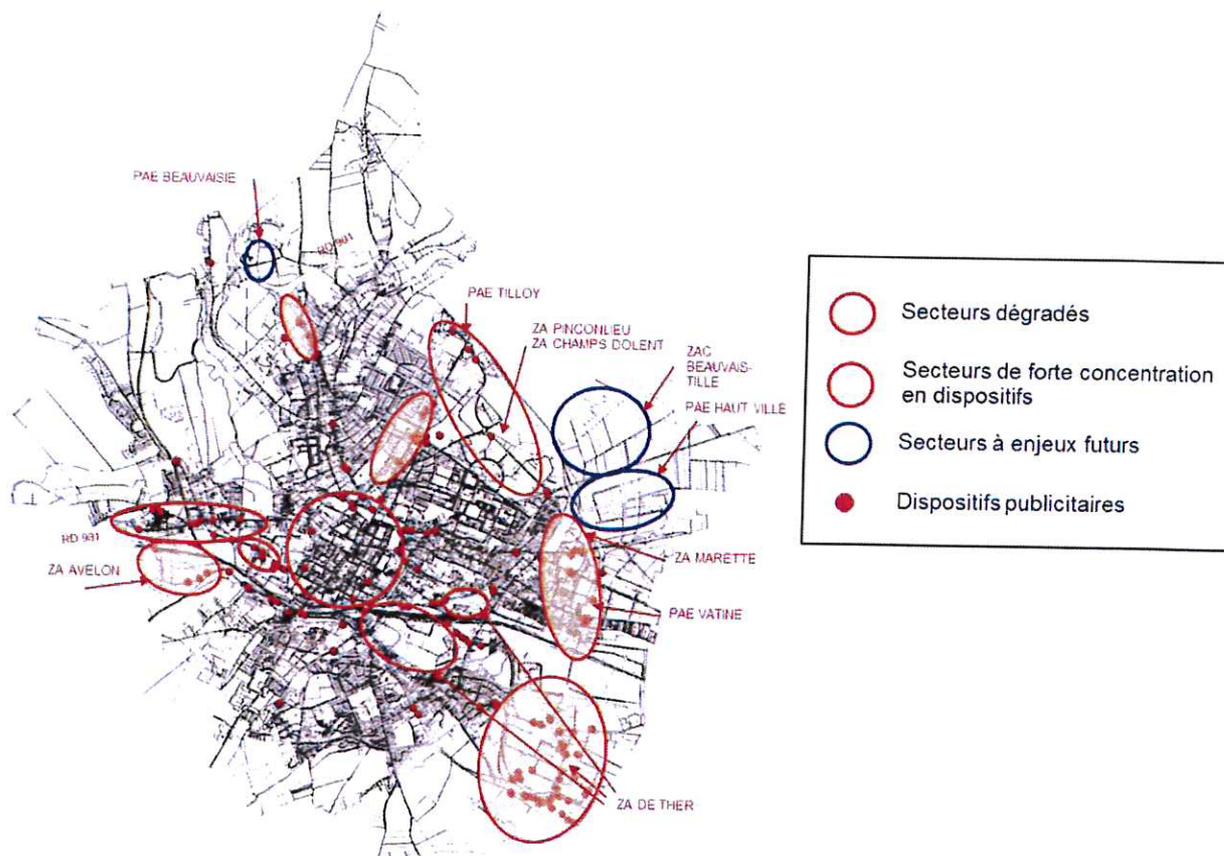
Un territoire dégradé par le non-respect de la nouvelle réglementation en vigueur mais également en raison de dispositions locales insuffisamment restrictives.

- Impact très fort de la publicité, notamment dans les parties agglomérées situées le long des grands axes de circulation et les zones d'activité qui les bordent.
- De très nombreuses préenseignes implantées sur tous type de supports et ne permettant pas un guidage rationnel des usagers.
- Des enseignes (en particulier scellées au sol) portant atteinte à la lisibilité et à la qualité des zones commerciales.
- Certaines enseignes du centre-ville à améliorer.
- Un affichage libre suffisant mais à redéployer dans certains secteurs.
- Impact fort de la publicité extérieure en général sur les perspectives paysagères et la qualité architecturale des bâtiments du centre-ville.

L'enjeu du RLP est d'apporter des réponses à ces problématiques en intégrant les objectifs de qualité paysagère attendus par la commune.

2.3. Cartographie des secteurs à enjeu

Le diagnostic à l'échelle de la commune a permis de cartographier les secteurs à enjeux importants en matière de publicité extérieure et les secteurs les plus impactés :



▪ Centre historique

Outre le joyau constitué par la cathédrale saint-Pierre, le centre historique compte pas moins de 15 monuments historiques classés ou inscrits. C'est aussi là que se concentre une grande part des commerces de Beauvais. L'enjeu de préservation de la qualité architecturale du centre ancien est très fort.

▪ Zones d'activité existantes

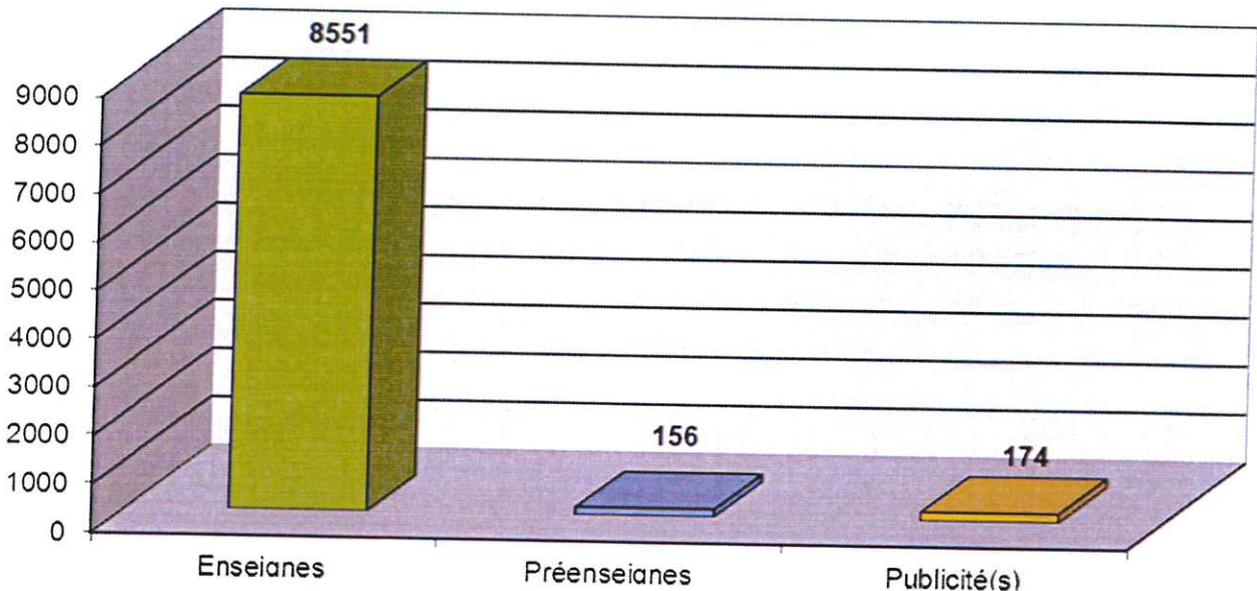
Elles se concentrent le long des grands axes à la périphérie de la ville (D901 et avenue Blaise Pascal, D 1001 et avenues JFK, Marcel Dassault, D 139 et rue du faubourg Saint-Jean...). Ces grands axes constituent des entrées de villes. L'enjeu de maîtrise de la publicité extérieure et donc de la qualité et de la lisibilité de ces secteurs est d'autant plus fort qu'ils influent sur l'image donnée par la ville dans son ensemble. La lisibilité des entreprises qui les composent en dépend également. Ce sont malheureusement aujourd'hui les secteurs les plus dégradés par les excès de la publicité extérieure.

▪ Zones d'activité en devenir

Les zones d'activité en cours de construction ou projetées (Parc d'activité économique du haut Villé, ZAC Beauvais-Tillé, de part et d'autres de la D 938), aujourd'hui préservées des excès de la publicité extérieure ont un rôle important à jouer pour tirer l'image des zones d'activité vers le haut. Il est plus facile d'être ambitieux pour ces zones en amont de leur développement qu'une fois les dispositifs implantés.

2.4. Synthèse statistique

8881 dispositifs de publicité extérieure ont été recensés dans la commune de Beauvais en 2012. L'immense majorité (96,3 %) sont des enseignes. Préenseignes et publicités ne représentant que moins de 4 % du total des dispositifs.



Source : recensement CTR premier semestre 2012

La dégradation du territoire est notamment due à un certain nombre de dispositifs non conformes avec le Code de l'Environnement.

Depuis le 1er juillet 2012 les dispositions concernant les enseignes se sont en effet durcies sensiblement. On peut estimer qu'aujourd'hui, près du tiers des enseignes ne sont pas conformes avec la réglementation nationale et devront être régularisées au plus tard à compter de juillet 2018.

Le diagnostic a par ailleurs fait ressortir que de nombreux dispositifs conformes vis-à-vis de la réglementation nationale, portent cependant un préjudice paysager important au territoire et que la simple application de la réglementation nationale (y compris celle applicable depuis le 1^{er} juillet 2012) n'est pas suffisante au regard des objectifs de qualité du cadre de vie qu'ambitionne la commune.



Exemples de dispositifs conformes et portant atteinte au territoire

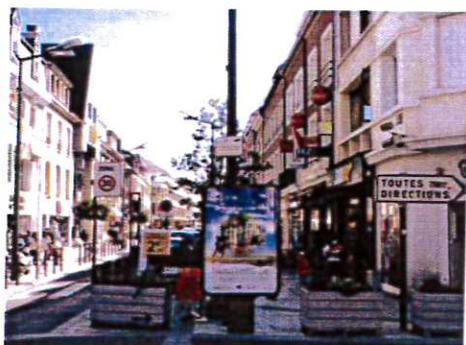
3. Orientations

Du fait de sa situation géographique et de son histoire, la commune est dotée de forts atouts en matière de paysage et de patrimoine architectural.

Aujourd'hui la réglementation nationale en vigueur autorise des dispositifs qui ne sont plus adaptés aux enjeux de préservation et de mise en valeur paysagère identifiés par la commune de Beauvais.

Sur la base du diagnostic, la commune de Beauvais a défini les grandes orientations et les objectifs de sa politique de maîtrise de la publicité extérieure :

3.1. Améliorer l'image et l'attractivité du territoire

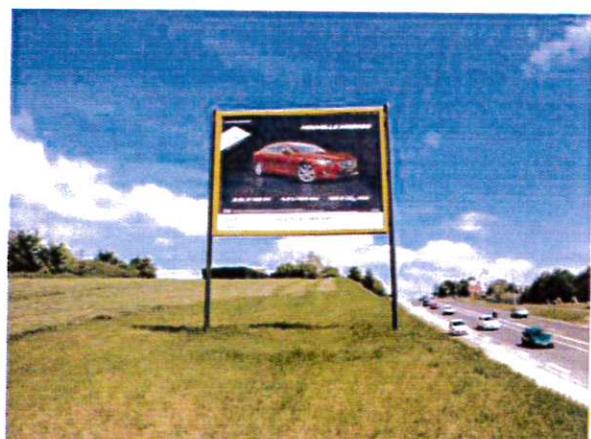


- Améliorer le cadre de vie des citoyens en centre-ville, en protégeant, voire, en mettant en valeur le patrimoine architectural du centre-ville.

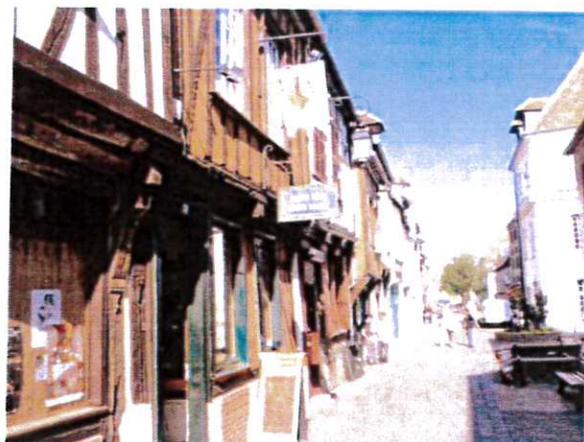
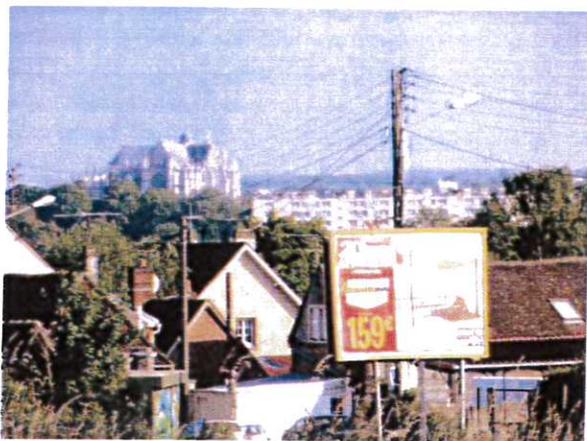
- Améliorer le cadre de vie des citoyens dans les entrées de ville en réduisant la pollution visuelle.



- En valorisant le patrimoine paysager



- Valoriser le patrimoine architectural et culturel



3.2. Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale

- Et favoriser l'équité entre acteurs économiques



3.3. Effectuer des économies d'énergie

- En encadrant les périodes d'extinction des publicités et des enseignes et les procédés d'éclairage.

3.4. Améliorer l'efficacité et l'intégration de la signalisation des acteurs économiques:



4. Objectifs

Quatre niveaux de prescriptions :

- ZR 1 : Centre historique et faubourgs historiques
- ZR 2 : Autres secteurs d'habitation et d'équipement
- ZR 3 : Secteurs d'activité
- ZR 4 : Secteurs hors agglomération

Grands objectifs :

- Dédensifier la publicité sur les grands axes et réduire les formats.
- Remplacer les préenseignes par des relais d'information service (sauf établissements isolés et hôtellerie).
- Améliorer la lisibilité et la qualité des zones d'activité et du centre-ville commercial en réduisant les formats et le nombre d'enseignes par établissement.

Afin de mettre en œuvre les orientations définies précédemment, la commune de Beauvais a arrêté les objectifs permettant la rédaction de la partie réglementaire et des annexes graphiques de son Règlement Local de Publicité.

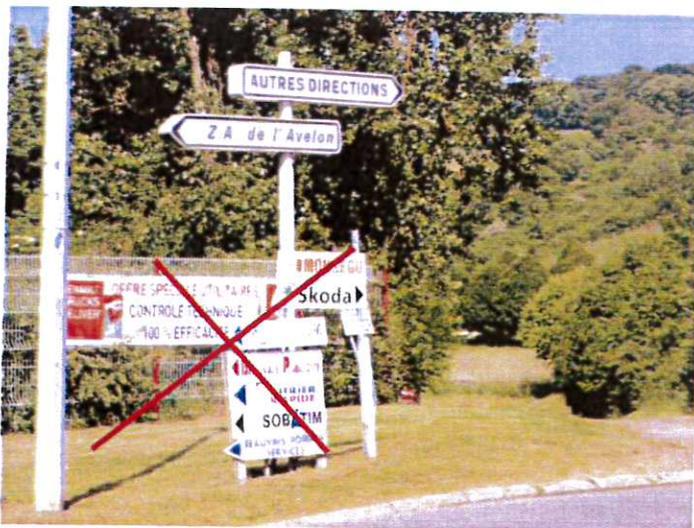
4.1. Objectifs pour les préenseignes



- Améliorer l'efficacité de la signalisation des entreprises en remplaçant les préenseignes par des relais d'information service et de la signalisation d'information locale (notamment pour les établissements isolés et hôtellerie)



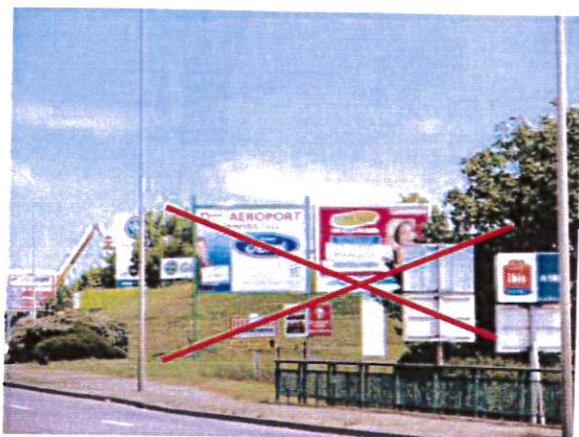
- En alternative au « tout préenseignes » dans les zones d'activité, mettre en place des relais d'information service (RIS).



4.2. Objectifs pour les publicités

Publicités scellées au sol

- Favoriser l'intégration de la publicité scellée au sol en limitant les surfaces (8 m² maximum) et en les dé-densifiant.
- Limiter la publicité scellée au sol à certains grands axes situés au cœur des zones commerciales.



- Préserver le centre-ville et les perspectives sur celui-ci en proscrivant la publicité grand format dans ces secteurs.
- Préserver les perspectives paysagères en proscrivant les publicités sur les unités foncières non bâties situées en agglomération.

Publicités sur façades

- Favoriser l'intégration de la publicité sur façade en limitant les surfaces (8 m² maximum) et en les dé-densifiant.
- Préserver le centre-ville et les perspectives sur celui-ci en proscrivant la publicité grand format sur certains axes.



4.3. Objectifs pour les enseignes

Enseignes scellées au sol en zone d'activité

- Améliorer la lisibilité des zones d'activité en limitant le nombre et la surface des enseignes scellées au sol.



Enseignes sur façade en zone d'activité

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade.



Enseignes sur façade en centre-ville

- Favoriser la qualité esthétique des façades commerciales en limitant le nombre et la surface des enseignes sur façade.



Enseignes sur toiture en zone d'activité

- Proscrire les enseignes sur toiture au profit des enseignes sur façade pour ne pas gêner les perspectives sur les paysages environnants.



Conclusion

Au regard des problèmes rencontrés sur son territoire, la commune de Beauvais a défini les grandes orientations et les objectifs en matière de publicité extérieure sur son territoire.

La simple application de la réglementation nationale en vigueur n'étant pas suffisante au regard des objectifs que s'est fixée la commune, un document réglementaire plus restrictif que la réglementation nationale traduit ces objectifs de manière précise. Il constitue la pièce maîtresse du Règlement Local de Publicité introduit par le présent rapport de présentation.