

APPROBATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)
Annexe 1.1. Avis formulés par les communes

Organisme	Remarques	Réponse	Pièces modifiées	
			RP	Règlement écrit/graph.
Mulhouse	Demande d'intégrer une modification dans le règlement concernant le Chapitre 5. - Règles applicables à la zone 5 : Centre-Ville - Article 5.3 Enseignes apposées : « Les enseignes des bâtiments et services publics pourront être constituées de panneau de fond à la double condition que le panneau soit posé de manière verticale et que sa largeur (plus petite dimension) ne dépasse pas 30 cm ».	Le règlement sera modifié dans ce sens.		x
Pfastatt	Demande que les artisans aient la possibilité de placer une enseigne sur leur clôture, sachant que leur lieu d'habitation est souvent le siège social de leur entreprise.	Le règlement sera modifié dans ce sens.		x
Rixheim	Emet un avis favorable sur le projet de RLPi assorti d'une proposition tendant à définir la notion « surface de façade commerciale » dans le glossaire.	Le règlement sera modifié dans ce sens.		x
Sausheim	Demande les raisons du classement en zone 4.3 de la zone d'activités située au Sud de l'A36.	La zone d'activité au sud de l'A36 a été classée en zone mixte car elle comporte à la fois des commerces et des entreprises.		
	Demande que les enseignes puissent être installées sur les murs de clôtures.	Avis favorable en zones 1 (axes structurants), 2 (résidentielle) et 4 (économiques).		x
	Annexe 4 et Plan de Zonage : les arrêtés et la lettre d'accompagnement datée du 11 mars 2021 fixant les limites de l'agglomération de Sausheim sont à retirer et à remplacer par l'arrêté n°360/2021 transmis le 23 Septembre 2021 et à insérer également sur le plan de zonage les limites d'agglomération manquantes.	Avis favorable		x
	Demande la prise en compte, suite à la proposition des	Au contraire, les éléments correspondant à la		



532 - ER

	services de l'Etat, de la traduction graphique des règles (schémas – croquis) et l'intégration de la réglementation nationale en annexe du règlement.	réglementation nationale seront retirés du règlement. Cependant, le RLPi mentionne les articles du code de l'environnement relatifs aux sujets abordés dans le règlement.		
--	---	---	--	--

Le Vice-Président

délégué à l'urbanisme prévisionnel,

Rémy NEUMANN



532- ER

APPROBATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)
Annexe 1.2. Avis des Personnes Publiques Associées (PPA) et Personnes Publiques Consultées (PPC)
lors de la phase de consultation préalable à l'enquête publique

Organisme	Remarques	Réponse	Pièces modifiées	
			RP	Règlement écrit/graph.
Préfecture du Haut-Rhin – DDT – CDNPS – UDAP – DREAL	Intégrer dans le rapport de présentation les justifications permettant de délimiter les PMV (Périmètres de mise en valeur) correspondants aux PDA (Périmètres des Abords).	Le rapport sera complété dans ce sens.	x	
	Redéfinir les périmètres relatifs au Centre-Ville et prévoir un périmètre d'un seul tenant qui couvrirait les secteurs de la place de la Concorde, le square Steinbach, la rue du Sauvage. Ce qui interdirait, par voie de conséquence, la publicité sur mobilier urbain de 2m2.	Les PMV ne peuvent pas être élaborés dans le cadre du RLPi. Concernant la Ville de Mulhouse, ils seront co-construits par la Ville et les services de l'Etat. Ils entreront en application, dans le cadre du RLPi, après leur approbation par le conseil municipal de Mulhouse. La mention suivante sera ajoutée à l'article F du règlement du RLPi : <i>« En l'absence de PMV, toute publicité est interdite dans un rayon de 100m autour des monuments historiques ».</i>	x	x
	Compléter le rapport de présentation par l'identification des bâtiments (dénomination et adresse) concernés par les périmètres de rayon 100 mètres – Autre patrimoine d'intérêt local.	Le rapport de présentation sera complété dans ce sens concernant les monuments et les sites historiques.	x	
	En zone 5, l'ABF et l'UDAP souhaitent que les publicités numériques soient interdites dans l'avenue Kennedy, la rue Louis Pasteur et la Porte du Miroir.	La communication, y compris sous sa forme numérique, est nécessaire.		
	En centre-ville, dans la zone 5 et en Site Patrimonial Remarquable (SPR), dans la zone 3, pour les enseignes	Avis favorable concernant l'éclairage des enseignes lumineuses qui doivent pouvoir être		x

532- ER

	<p>parallèles aux murs, les services de l'état souhaitent que :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la rédaction de l'article 5.3 « en prévoyant un mode d'éclairage indirect en cas d'enseignes lumineuses » soit modifiée, - le terme « caisson » soit remplacé par « panneau », et que la hauteur de 30 cm soit portée à 45 cm pour la première lettre du mot de l'enseigne. 	<p>éclairées par projection ou transparence. Le terme « caisson » sera remplacé par « panneau ». La version arrêtée du RLPi dispose déjà que la première lettre des enseignes puisse mesurer jusqu'à 45 cm en zone 5. Cette possibilité sera également ouverte en zone 3 et le document sera complété en ce sens.</p>		
	<p>Rapport de présentation - Annexe 1 Diagnostic : ajouter les immeubles protégés au titre du Code du Patrimoine et des sites protégés.</p>	<p>Le rapport de présentation sera complété en ce sens.</p>	<p>x</p>	
	<p>Règlement Annexe 1 : ajouter que le monument historique de Mulhouse Bollwerk (rue de Metz) est également dénommé « Tour du Cochon ».</p>	<p>L'annexe sera complétée dans ce sens.</p>		<p>x</p>
	<p>L'Etat souhaite savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - quels sont les secteurs concernés par l'article F du chapitre 1 de la partie 1, - si les règles applicables aux enseignes (chapitre 2) en secteur SPR : sont cohérentes avec celles applicables au titre du Patrimoine. <p>Il s'interroge par ailleurs sur la pertinence d'adopter à l'article P une rédaction plus directive en imposant un regroupement des messages lorsque plusieurs activités implantées au sein d'une même unité foncière.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les secteurs concernés sont identifiés dans un plan des monuments historiques, sites protégés et espaces patrimoniaux annexé au RLPi. - Il n'existe aucune disposition spécifique opposable aux enseignes dans les SPR ou autour des monuments historiques. Il n'y a donc aucun risque d'incohérence. Seules les dispositions du RLPi s'imposent et limitent la taille des enseignes à 5 m² en zone sensible (dont SPR) et dans les centres-villes de Mulhouse et d'Illzach. Les enseignes seront soumises au cas par cas à l'avis de l'ABF. - Il n'y a pas lieu de retenir une rédaction plus directive à l'article P dans la mesure où le regroupement des enseignes n'est pas adapté à toutes les situations et que la formulation du 		

532- ER

		RLPi arrêté permet cette adaptation.		
	Concernant les règles de priorisation dans la mise en conformité des dispositifs devenant non conformes (art 1.1. du chapitre 1 / partie 2) : l'Etat suggère de ne pas hiérarchiser les interventions car chaque annonceur/afficheur doit être traité de manière équitable.	Il est important de définir les modalités de dépose des dispositifs devenus non conformes afin d'éviter les conflits entre afficheurs. Il ne sera donc pas donné suite à cette suggestion.		
	Concernant la taille des chevalets (1,20 m x 50 cm) en Parti 2 – zone 1, les services de l'Etat s'interrogent sur l'acceptation des commerçants concernant ces dimensions.	Absence d'objection de la part des représentants des commerçants.		
	Concernant le glossaire, l'Etat demande que la définition du terme « chevalet » précise qu'il ne pourra être considéré comme une enseigne que s'il fait l'objet d'une autorisation d'occuper le domaine public.	La définition concernée sera précisée en ce sens.		x
Chambre d'Agriculture Alsace	La Chambre d'Agriculture Alsace relève que le projet de RLPi remplit les objectifs recherchés. Elle propose de remplacer la rédaction de la formule retenue à l'article B – Entrées d'agglomération, page 6 du règlement : « doivent être retirés une semaine après clôture » par « doivent être déposés au plus tard 8 jours après la fin de la manifestation ou de l'opération »	La réglementation nationale prévoit un délai d'une semaine après la clôture d'une manifestation. Le RLPi ne pouvant pas être moins restrictif que les dispositions nationales du Code de l'environnement, il ne sera pas donné suite à cette proposition.		
Chambre de Métiers d'Alsace	Elle recommande d'informer les chefs d'entreprises de l'évolution des règles.	Cette information sera effectivement assurée via leurs représentants.		
CEA (Collectivité Européenne d'Alsace)	Emet un avis favorable sur le projet de RLPi			
Conseil Consultatif du Patrimoine	Admettre les bâches publicitaires (Article G) lors de la mise en chantier du patrimoine bâti lors de travaux de	Le RLPi arrêté autorise l'installation de bâches publicitaires lors de manifestations		



532- ER

Mulhousien (CCPM)	ravalement ou de restauration et selon les mêmes termes que l'article T.	temporaires, y compris à l'occasion de travaux.		
	Imposer la même règle que l'article « M - 2ème alinéa », concernant l'aspect des enseignes aux dispositifs publicitaires.	Contrairement aux enseignes, l'implantation des dispositifs publicitaires ne fait pas l'objet d'une demande d'autorisation. Il ne sera donc pas donné suite à cette proposition.		
	Adopter une règle de distanciation du mobilier urbain en zone 2.	Cette règle existe concernant les 8-12 m ² ? Mais la généraliser aux formats plus petits n'est pas nécessaire. En effet, leur impact sur l'environnement est beaucoup plus modeste. Il ne sera donc pas donné suite à cette proposition.		
	Ajuster la délimitation des zones sensibles (zones 3), pour y inclure la Cité Ouvrière de Mulhouse et les ensembles urbains exceptionnels identifiés au PLU de Mulhouse en zone 3.	Avis défavorable, en raison du morcellement excessif du zonage.		
	En zone 3, faire coïncider la fin du zonage « entrée d'agglomération » avec un carrefour urbain.	Avis défavorable. Les entrées d'agglomération ont été ajustées à chaque cas particulier, en lien avec les communes concernées.		
	Inclure certaines cités minières en zone 3.	Avis défavorable. Le maintien du mobilier urbain est opportun.		
	En zone 4, le CCPM regrette que l'adoption du RPLi n'ait pas été l'occasion de remédier au désastre paysager des grandes zones commerciales (Annexe 2 et 2 Bis).	Les grandes zones commerciales ont été identifiées comme des espaces où la créativité des publicitaires peut s'exprimer dans le respect de la réglementation nationale qui s'y applique. De plus, le développement économique et commercial est prioritaire.		
	Le projet de RLPI est excessivement volumineux, d'une lecture difficile empêchant sa compréhension et son	Avis défavorable mais suppression des quelques paragraphes qui reprennent la réglementation		x



532- ER

	appropriation par les citoyens et laisse prévoir des difficultés de mise en œuvre.	nationale. Le projet de RLPi est synthétique, avec sept types de zones pour 39 communes.		
Résistance à l'Agression Publicitaire (RAP)	Interdire les panneaux de 12m ² et la publicité scellée au sol le long des axes principaux.	Avis défavorable. L'entrée en vigueur des nouvelles règles se traduira de fait par la mise en situation de non-conformité de près de 60% des dispositifs de 8 à 12 m ² .		
	Appliquer le même niveau de protection de l'environnement sur tout le territoire de m2A.	Avis défavorable. Le choix de créer plusieurs zones vise à adapter la réglementation à la nature du tissu urbain. Il permet de définir les espaces dévolus à la publicité et ceux où elle est fortement réduite.		
	Interdire la publicité aux abords des monuments historiques et des sites patrimoniaux SPR.	C'est le cas : la publicité est interdite dans un rayon de 100m autour des monuments historiques et au sein des SPR, à l'exception du mobilier urbain lié aux transports en commun et Vélocité. Entre 100 et 500 m, les dispositifs 8 – 12 m ² sont interdits dans la plupart des rues.		
	« Simplifier la réglementation pour être compréhensible et applicable ».	La règle doit être complète et précise. Il est cependant proposé de supprimer les quelques passages du règlement qui reprennent la réglementation nationale.		x
	Retirer immédiatement les dispositifs non conformes.	Les communes sont responsables de la police en matière de publicités. Des délais légaux de 2 ans pour les publicités et les pré-enseignes et de 6 ans pour les enseignes sont en vigueur concernant la mise en conformité des dispositifs, à partir de l'approbation du RLPi.		
	Interdire tous dispositifs numériques	Les dispositifs SENIOR de 8 m ² numériques ne sont autorisés que dans les grandes zones		



532- ER

		<p>commerciales.</p> <p>Les MUPI numériques de 2 m² le sont uniquement sur les axes structurants des communes d'Illzach, Kingersheim, Mulhouse et Wittenheim et dans certaines rue des centre-villes de Mulhouse et Illzach. La publicité numérique fait donc déjà l'objet d'une politique particulièrement restrictive.</p>		
Paysage de France Sites et monuments	<ul style="list-style-type: none"> - Mesures minimales proposées non prises en compte, - Incitation à consommer toujours plus, par le harcèlement publicitaire, - Catastrophes sanitaires, - Accentuation des inégalités entre citoyens, - La publicité lumineuse est source de gaspillage énergétique, - Introduction de nuisances et de pollution, 	<p>Le projet de RLPI induira une réduction de 60% des dispositifs grand format.</p> <p>Par ailleurs, l'article L581-1 du code de l'environnement dispose que « chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes ». Le projet de RLPI résulte d'une recherche d'équilibre entre la volonté d'améliorer sensiblement l'environnement du territoire de m2A et le respect de la liberté d'expression des acteurs économiques.</p>		
	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en danger des usagers de la voie publique - Mise en danger des usagers des voies publiques par les dispositifs mobiles, lumineux et numériques, 	<p>Les questions liées à la sécurité sont essentielles. Cependant, elles ne peuvent pas être règlementées par le RLPI mais le sont par le code de la route.</p>		
	<ul style="list-style-type: none"> - Projet confus, voire opaque et difficile à appréhender, - Nombreux articles du règlement rendant difficile l'appréciation exacte du projet, - Surcharge inutile du règlement et incohérence sur certaines dispositions (Articles G-K1-P-N) 	<p>Comme toute réglementation, celle relative aux enseignes et à la publicité est relativement « technique » et peut donc sembler difficile d'accès au premier abord. Ceci étant, le projet est clair et se décline à l'échelle de 7 types de zones, simples à identifier. Ceci étant, les</p>		x



532- ER

		paragraphes reprenant la réglementation nationale, qui s'imposent également en l'absence de dispositions plus restrictives, seront supprimés afin d'alléger le document et de rendre sa lecture plus aisée.		
	Déconstruction de mesures de protection instaurées par la réglementation nationale.	Seule la règle concernant les monuments historiques a été rendue moins restrictive. A la demande de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF), la notion de co-visibilité, en vigueur dans la réglementation nationale, a été supprimée car elle peut être difficile à apprécier.		
	Le RLPi ne compte pas améliorer la situation désastreuse des pôles commerciaux et des zones économiques (zone 4.1 et zone 4.2)	Les espaces commerciaux ont effectivement été choisis comme des lieux privilégiés pour l'installation de publicités.		
	Place exorbitante de la publicité sur mobilier urbain. Dans certains secteurs, elle a une forme d'exclusivité.	Le RLPi a pour objectif de réduire fortement les grands panneaux publicitaires, les plus impactant en matière d'environnement, au profit des dispositifs de 2 m ² .		
	Un grand nombre d'enseignes sont en infraction (non-respect du 1er alinéa de l'article R 581-60 du Code de l'Environnement).	La police de la publicité et des enseignes est réalisée par les communes. Il appartiendra aux autorités compétentes de faire appliquer la réglementation et de mettre en œuvre les mesures adéquates, le cas échéant.		
	Le petit commerce des centralités urbaines (de proximité) est victime de la concurrence imposée par les grandes chaînes commerciales par les campagnes de publicité.	De nombreuses entreprises locales utilisent la publicité extérieure pour promouvoir leurs produits à l'échelle de l'agglomération mulhousienne ou de l'Alsace (Nageleisen, Parc Le Petit Prince...).		
	Limitier drastiquement la publicité sur la voie publique.	L'installation de mobiliers urbains étant du		



532- ER

		ressort des communes, ces dernières maîtrisent l'implantation de publicités sur ce type de support.		
	Donner le même niveau de protection aux citoyens d'un même territoire.	Toutes les zones d'habitations ont fait l'objet d'une politique ambitieuse en matière de publicité.		
	Procéder à la suppression des redondances concernant certaines dispositions relevant aussi du règlement national (par exemple Articles H – I – P),	Les paragraphes concernés seront supprimés.		x
	Interdire les publicités défilantes et numériques.	Avis défavorable. L'utilisation des nouvelles technologies doit être encadrée mais pas interdite. La publicité numérique sera strictement limitée : - Seules les villes d'Illzach, Kingersheim, Mulhouse et Wittenheim pourront accueillir des dispositifs numériques, - Les grands formats (8 m ²) seront limités aux seules zones commerciales. Sur les axes structurants et dans quelques rues des centres-villes de Mulhouse et d'Illzach, elles ne seront autorisées que sur le mobilier urbain de 2 m ² maximum.		
	N'autoriser qu'une seule face dédiée à la publicité commerciale sur le mobilier urbain, l'autre étant à réserver à la promotion du patrimoine (architectural, artistique et culturel).	Par définition, le mobilier urbain d'information municipal comprend, au maximum, 50% de publicités. La publicité installée sur les arrêts de transports en commun et Vélocité participent au financement de ces services.		
	Supprimer la zone 1 et réintégrer les axes structurants dans le tissu urbain.	Avis défavorable. La zone 1 permet l'installation de dispositifs de grands formats, mais en limite		



532- ER

		fortement la densité. Le maintien de la publicité sur les axes structurants est indispensable aux activités économiques.		
	Respecter strictement des horaires d'extinction.	La police de la publicité et des enseignes est du ressort des communes. Il leur appartiendra de veiller au respect de ces horaires.		
	Fixer dans le règlement un nombre maximum de dispositifs dans les pôles commerciaux et zones économiques.	Avis défavorable. Les zones commerciales ont été identifiées comme des lieux où la publicité peut être développée.		
	Limiter à trois le nombre d'enseignes sur une même façade commerciale, et installées que sur la façade principale.	Avis défavorable. Sur le modèle de la réglementation nationale, les enseignes sont limitées en surface et non pas en nombre.		
	Interdire les enseignes sur toiture ou terrasse.	Avis défavorable. Les enseignes sur toitures et terrasses sont interdites partout, sauf en zone 4, c'est-à-dire dans les lieux qui regroupent des activités économiques. Les entreprises doivent être largement visibles dans ces espaces qui leur sont dédiées.		
	Interdiction d'écrans numériques pour la publicité et les enseignes.	Avis défavorable. Les enseignes et publicités numériques sont autorisées mais dans des proportions limitées.		
	Autoriser les enseignes scellées au sol ou installées directement au sol uniquement si aucune enseigne n'est visible d'une voie ouverte à la circulation ou que l'activité ne comporte pas de bâtiments.	Cette proposition nous semble trop restrictive. Une enseigne en façade peut être visible de la voie publique, mais de manière insuffisante.		



532- ER

Oxialive	L'interdiction des SENIOR 8 m ² numérique en dehors des zones commerciales ne permet pas à Oxialive de déployer un réseau de dispositifs numériques économiquement viables.	Avis défavorable. L'objectif du RLPi n'est pas de favoriser ou de contraindre l'un ou l'autre acteur. Par ailleurs, la publicité numérique de grand format peut être utilisée dans les zones commerciales.		
-----------------	--	--	--	--

Le Vice-Président

délégué à l'urbanisme prévisionnel,

Rémy NEUMANN



532- ER

APPROBATION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)

Annexe 1.3. Avis formulés lors de l'enquête publique

	Remarques	Réponse	RP	Zonage/règlement
Mme BUCHER Alice de Pulversheim Courrier daté du 04.04.22.	La réduction des publicités « Grand format » est une mesure excessive. Elle entrainera un manque à gagner important pour les propriétaires qui louent leurs terrains aux afficheurs.	M2A est consciente de l'impact de la nouvelle réglementation sur les propriétaires accueillant des dispositifs publicitaires sur leur terrain. Or, l'amélioration du paysage urbain passe par la réduction des dispositifs publicitaires de grand format (8 à 12 m ²).		
M. VIUTTI Lionel Courriel daté du 11.04.22.	Chapitre 1 - Articles B et G concernant les entrées et sorties d'agglomération, celles-ci peuvent changer dans le temps et devraient être prises en compte.	La procédure de mise à jour permettra, autant que de besoin, d'annexer au RLPi les arrêtés prenant en compte les modifications affectant les limites d'agglomération.		
	Dans les zones de transition de la limitation de vitesse, les dispositifs publicitaires et bâches ne doivent pas porter atteinte aux règles de visibilité et de lisibilité de la route. M. Viutti soulève que ces écrans sont de vrais dangers pour la sécurité routière ; il cite pour exemple l'écran du giratoire de l'Arche à Morschwiller-le-Bas et demande à quelle date sa suppression aura lieu.	Les questions relatives à la sécurité relèvent du Code de la route. Les entrées d'agglomération concernent toutes les formes de publicité, y compris les bâches et les dispositifs de dimensions exceptionnelles. Le délai de mise en conformité est de deux ans à partir de l'approbation du RLPi. M2A ayant approuvé le 15 mars 2021 un nouveau RLP, ce dispositif devra être retiré par l'afficheur le 15 mars 2023 au plus tard.		



532- ER

	Publicité numérique : à la lecture du glossaire et de l'article K1 il y a de la confusion entre publicité numérique et lumineuse.	La publicité numérique est une forme de publicité lumineuse.		
	Chapitre 1 - Article K 2 : souhaite plus d'ambition en termes de sobriété énergétique en matière d'extinction de l'éclairage, et pour exemple, du même niveau que l'extinction de l'éclairage des parkings des commerces.	Le Code de l'environnement dispose que les publicités lumineuses doivent être éteintes de 1h à 6h. La plage horaire retenue, en l'occurrence 23h – 7h, est par conséquent bien plus restrictive. Les parkings des commerces ne relèvent pas du RLPi.		
M. RENCKLY Yvan Courriel du 12/04/2022	Sa contribution relève : - qu'il faut une cohérence territoriale, - que le règlement doit exprimer les notions d'anti-pollution, - l'obligation d'une forte réduction de la taille des enseignes, - qu'il faut mettre en place des panneaux récapitulatifs directionnels en entrée de communes et de zones vers toutes les entités (commerces et toutes autres activités), - que le règlement doit préserver le cadre de vie.	Le RLPi a pour ambition ; - D'adapter la réglementation à la nature du tissu urbain, - De réduire le nombre de dispositifs afin de diminuer l'impact de la publicité sur l'environnement, - De limiter la taille des enseignes tout en assurant la visibilité des commerçants, - D'améliorer le cadre de vie en supprimant 60 % des dispositifs de 8 à 12 m ² , les plus impactant en terme de paysages. Par contre, seul le code de la route permet de réglementer la sécurité routière.		



532- ER

<p>M. RAPP Mathieu – Les Artisans du Son Courriel du 27/04/2022</p>	<p>M. Rapp estime que les publicités sont nécessaires dans l'agglomération mulhousienne. Le format 12 m2 est un média pour se faire connaître.</p>	<p>Le RLPi relève d'une recherche d'équilibre entre le droit des entreprises à communiquer sur leurs offres de biens et de services et la préservation de l'environnement. Le nombre de 12 m² sera réduit mais ils ne seront pas supprimés.</p>		
<p>Mme RODRIGUEZ Mireille de CITIVIA Courriel du 27/04/2022</p>	<p>Concernant l'interdiction de pose d'enseignes sur les clôtures et murs de clôtures sur la vallée 3 du Parc des Collines et de l'espace d'activités de Didenheim. Des prescriptions architecturales et paysagères en vigueur sont demandées aux preneurs de terrains afin de réaliser des murets, de façon à cacher l'aire de présentation des poubelles et coffrets. Citivia suggère d'incorporer de ce fait leur enseigne dans ces murets (plan de présentation joint à la contribution). Citivia souhaite donc obtenir une exception à cette règle d'interdiction du futur RLPi.</p>	<p>Le règlement sera supprimé afin d'autoriser les enseignes sur clôtures aveugles dans les zones 1 (axes structurants), 2 (résidentielles) et 4 (économiques). Elle permettra à toutes les entreprises de signaler leur présence, même si la façade du bâtiment où elles sont installées est peu visible.</p>		<p>x</p>
<p>M. BERANGER Paul Ville de Mulhouse Courriel du 27/04/2022</p>	<p>Souhaite faire une remarque concernant les enseignes en Zone 5 (Centre-ville) du Centre commercial Porte Jeune. Selon M. Béranger les règles ne sont pas adaptées ou proportionnées à la taille du Centre Commercial. Il demande le classement en Zone 4.1 Zone commerciale ou bien Zone 4.2 Zones mixtes et l'application des règles nationales.</p>	<p>Le règlement sera modifié afin de faire relever le centre commercial « porte jeune » de la zone 4.2.</p>		<p>x</p>



532- ER

<p>M. PHILIPPOTEAU Nicolas, Sté JC Decaux Dépôt d'un dossier de 30 pages d'observations, de remarques et de propositions, concernant essentiellement le mobilier urbain.</p>	<p>La société JCDecaux demande de traiter le mobilier urbain (M.U.) différemment des dispositifs exclusivement publicitaires par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - La création au sein de chaque zone d'un article propre à la publicité et aux pré-enseigne supportées par le M.U., - La correction dans le glossaire d'une coquille rédactionnelle concernant la définition exacte du « dispositif publicitaire », - La nécessité d'éviter toute assimilation erronée du M.U. à un dispositif publicitaire (Article B du règlement) dont la formulation est à corriger. 	<p>Avis favorable concernant la clarification des différences entre dispositifs publicitaires et mobilier urbain supportant de la publicité. Cependant, par soucis d'équité, le mobilier urbain supportant de la publicité est, dans plusieurs cas, soumis aux mêmes règles que les dispositifs publicitaires. Un article spécifique au mobilier urbain dans chaque zone n'est par conséquent pas nécessaire.</p>		x
	<p>Le zonage et l'importance du maillage territorial : les implantations de chaque mobilier urbain ne doivent pas être traitées ou dépendre d'un zonage RLPi mais être adaptées au cas par cas à l'environnement, en fonction des besoins et sans condition de format. Il faut réintroduire en « Zone 3 » les 5 types de mobilier urbain.</p>	<p>Par soucis d'équité, les règles du RLPi s'appliquent aussi bien aux dispositifs publicitaires qu'au mobilier urbain supportant de la publicité, sauf mention contraire.</p>		
	<p>Règle du Chapitre 3 – Article 3.1 : elle impacte les dispositifs M.U. dans les quartiers Rebborg, Drouot et Côteaux. Cette règle engendrera une perte de cohérence, de couverture institutionnelle et un bouleversement de l'équilibre économique des contrats.</p>	<p>L'axe Brunstatt – Riedisheim a été identifié par m2a et les communes concernées comme zone particulièrement sensible. L'installation de publicités sur les arrêts de transports en commun et stations Vélocité est possible.</p>		

532- ER

	<p>Article F - Monuments historiques, Sites protégés et Espaces patrimoniaux » : A modifier en insérant une levée générale et expresse de l'interdiction relative à la publicité à l'égard des 5 types de mobilier urbain publicitaire – Mesure qui impacte 22 dispositifs.</p>	<p>Avis défavorable. Cette option irait à l'encontre de la demande de l'Etat.</p>		
	<p>Article D - Publicité et végétation arborée : Demande de supprimer, dans le règlement, l'opposabilité de cet article du RLPi au mobilier urbain, et rappelle que le cahier des charges de m2A doit être respecté lors d'une implantation de M.U. de type abribus.</p>	<p>Avis favorable. La règle concernant les arbres ne s'appliquera pas au mobilier urbain de 2 m² maximum.</p>		<p>x</p>
	<p>Article E - Publicité aux abords des établissements scolaires : Mesure particulièrement difficile à mettre en œuvre – Remise en cause de nombreuses installations. Demande une définition plus précise d'établissements scolaires visés par cette règle (emplacement exact) et de modifier l'article ainsi : « Toute publicité est interdite sur une longueur de 50 m dans la rue de part et d'autre de l'entrée principale de l'école à l'exception de celle sur M.U. lié aux arrêts de transports et Vélocité lorsque la publicité n'excède pas 2 m² de surface unitaire utile.</p>	<p>Avis favorable. Le périmètre d'interdiction de 100 m sera mesuré à partir de l'entrée principale de l'établissement scolaire concerné. Il comprendra tous les cheminements à pied, d'une distance de 100 m à partir de l'entrée principale de l'établissement. Il se substituera aux rayons de 100 mètres matérialisés sur le plan du projet arrêté.</p>		<p>x</p>
	<p>Préconisation de réintroduire dans le RLPi le mobilier urbain numérique conformément aux articles R581-42 à R581-47 du Code de l'Environnement ; particulièrement impactée la « Zone 5 – Centres-Villes » : sur les 8 axes autorisés au mobilier urbain numérique et en raison des mesures de l'article F et E, il ne reste plus de possibilités d'implantations sur ces axes. Treize mobiliers urbains numériques seront</p>	<p>m2A souhaite préciser la règle concernant les rues autorisées à la publicité numérique : cette règle s'appliquera sur une bande de 40 m au total, centrée sur l'axe de la rue. Cette règle permettra d'autoriser des dispositifs situés aux carrefours des rues autorisées.</p>		<p>x</p>



532- ER

	impactés.			
	La société JCDecaux informe de la présence d'une coquille rédactionnelle concernant la publicité lumineuse. L'article R581-34 précise que la publicité éclairée par projection ou transparence répond au régime de la publicité non-lumineuse. Cette définition erronée, faute de correction, induirait de ce fait l'interdiction de cette forme de publicité sur l'ensemble des communes hors U.U. de m2A.	Avis favorable : il sera précisé dans le glossaire que la publicité éclairée par projection ou transparence répond au régime de la publicité non-lumineuse.		x
M. Charles-Henri DOUMERC, Union pour la Publicité Lumineuse (UPE). Courriel du 20/04/2022	Concerne l'envoi d'un dossier d'observations qui a également été déposé lors de la permanence du Commissaire Enquêteur à la Mairie de Rixheim (cf. Observation déposée à la Mairie lors de la permanence à Rixheim – voir ci-dessous)			
Union pour la Publicité Extérieure (UPE) Dossier déposé à Rixheim	La société UPE estime que le projet du RLPi aurait dû faire l'objet d'une étude d'impact économique et sociale. Elle estime que le projet tel qu'il est présenté se traduira par une perte sèche de 62 % du parc de dispositifs publicitaires.	L'évaluation de l'UPE rejoint celle réalisée par m2A. L'objectif principal du RLPi est d'améliorer la qualité du paysage urbain en diminuant le nombre et la densité de dispositifs publicitaires.		
	Article B – Entrées d'agglomération : L'UPE relève sur le plan de zonage que les entrées d'agglomération repérées (en trait hachuré rouge) peuvent se trouver en plein centre-ville. Il conviendrait de mieux définir ces entrées. L'UPE souhaite la suppression de cette sous-zone dans l'ensemble des zones 1 et 4.	Avis défavorable. Il est important que les entrées d'agglomération identifiées ne comprennent pas de publicités pour en maintenir la qualité.		



532- ER

	<p>Article D – Publicité et Végétation arborée : L’UPE demande la suppression de cet article pour des raisons d’insécurité juridique et de l’évolution dans le temps des végétaux.</p>	<p>Avis défavorable. L’évolution des végétaux n’impacte pas la règle. Il sera cependant précisé que la distance entre les arbres et les dispositifs publicitaires sera mesurée au sol, depuis le centre de l’arbre, jusqu’à la base la plus proche du dispositif.</p>		<p>x</p>
	<p>Article G – Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles : L’UPE demande l’application du règlement national en lieu et place des règles du RLPI, les collectivités maîtrisant ce type de publicité via le régime juridique de l’autorisation et en application de l’article L581-9 du Code de l’Environnement. Les bâches publicitaires et les dispositifs de dimensions exceptionnelles installées lors de manifestations temporaires restent sous disposition du RLPI.</p>	<p>Avis défavorable. L’autorisation des bâches publicitaires ne répond pas à l’objectif de réduction de la publicité que s’est donnée la collectivité.</p>		
	<p>Article K – Publicités lumineuses : Mulhouse Alsace Agglomération jouit d’une attractivité commerciale, festive et touristique et de ce fait, l’UPE propose une règle d’extinction de 00 à 06 heures.</p>	<p>Avis défavorable. L’objectif de l’extinction de 23h à 7h est de réduire la consommation d’énergie de ces dispositifs.</p>		
	<p>Axes structurants : L’UPE fait le constat d’une absence totale d’axes ouverts à la communication dans l’ensemble du Secteur Sud de l’agglomération. Elle propose, pour conserver des garanties d’audience et de couverture, l’ajout de rues suivantes à la zone 1 : - A Mulhouse : Avenue d’Altkirch, Avenue</p>	<p>Avis défavorable. En collaboration avec les communes concernées, il a été décidé de ne pas inclure ces rues dans la zone 1, afin de concourir à l’objectif d’amélioration des paysages urbains de l’agglomération,</p>		



532- ER

	<p>Wallach, Avenue de Riedisheim et Rue Sébastien Bourtz.</p> <ul style="list-style-type: none"> - A Rixheim : Rue de Mulhouse, Rue de l'Île Napoléon et Rue de Habsheim. - A Brunstatt : Avenue d'Altkirch. - A Riedisheim : Avenue Gustave Dollfuss. - A Kingersheim : Route de Guebwiller - A Wittenheim : Route de Soultz. 	<p>notamment au travers de la diminution de la publicité extérieure.</p>		
	<p>L'UPE soulève que ces deux dispositions entraînent des difficultés d'application et une source d'insécurité juridique. Pour la zone 1, l'UPE propose, dans un souci de simplification et de bonne compréhension, les règles de densité suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unité foncière disposant d'un linéaire sur rue inférieur à 20m² : 1 dispositif mural, - Unité foncière disposant d'un linéaire sur rue supérieur à 20m² : 1 seul dispositif mural ou scellé au sol. 	<p>Avis défavorable. La proposition de l'UPE ne correspond pas à l'objectif de réduction de la publicité.</p>		
	<p>Domaine ferroviaire en gare, y compris parvis : Sur quais non couverts ainsi que sur parvis, l'UPE propose les règles suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maintien des dispositifs doubles (« côte à côte » et double face), - Pas de distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée, - Autoriser des dispositifs publicitaires numériques de 2m². 	<p>Avis favorable. Les publicités numériques seront également autorisées</p>		<p>x</p>



532- ER

	<p>Palissade de chantier :</p> <p>L'article A du règlement du RLPi précise que la publicité est interdite sur les murs de clôtures et les clôtures aveugles ou non. Par ailleurs, la définition des palissades de chantier donnée par le glossaire entraînerait aussi l'interdiction de la publicité sur ces supports.</p> <p>En revanche, l'article L581-14 précise qu'elle ne peut être interdite sauf dans les lieux visés au 1° et 2° du I de l'article L581-8.</p> <p>Proposition de UPE : Compléter la définition de ne pas limiter les palissades de chantier à une clôture provisoire. Et également être en phase avec les règlements de voirie. Dont l'exacte définition dans le glossaire serait « Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé</p>	<p>Avis favorable.</p> <p>Modification de la définition des palissades de chantier dans le glossaire.</p> <p>Interdiction de la publicité sur les palissades de chantiers :</p> <ul style="list-style-type: none"> - aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine ; - dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L. 631-1 du même code ; <p>Conformément à l'art. L581-14 du Code de l'environnement, elles seront autorisées ailleurs.</p>		x
<p>M. Martin DESCOUVIERES Registre de Morschwiller-le-bas</p>	<p>Regrette que si peu soit fait pour limiter, voire interdire la publicité sur les arrêts de bus et trams dont les utilisateurs sont majoritairement nos enfants.</p>	<p>La publicité sur les arrêts de bus et de tram participe au financement des transports en commun.</p>		
<p>Message anonyme</p>	<p>Concernant l'annexe 4 du dossier du RLPi : Mise à jour des arrêtés municipaux concernant les limites d'agglomération des communes et les documents graphiques – Ces annexes sont obligatoires et sont à intégrer au RLPi avant toute approbation (Article 411-2 du Code de la route et R581-78 du Code de</p>	<p>Avis favorable.</p>		x



532- ER

	l'Environnement).			
--	-------------------	--	--	--

Le Vice-Président
délégué à l'urbanisme prévisionnel,

Rémy NEUMANN



532- ER

**Annexe 1.4. RLPi : MODIFICATIONS APPORTEES AU REGLEMENT SUITE A LA CONSULTATION, A L'ENQUETE PUBLIQUE
ET AU RAPPORT DE MME LE COMMISSAIRE ENQUÊTEUR**

Articles concernées	Version arrêtée du RLPi	Version proposée à l'approbation du RLPi
Rapport de présentation p. 8	Distance minimale à respecter entre les dispositifs et les arbres de haute tige.	Distance minimale à respecter entre les dispositifs (hors mobilier urbain) et les arbres de haute tige.
Rapport de présentation p. 8	La distance est comptée à partir du centre géolocalisé de l'école (tracé sur le plan).	La distance est comptée à partir de l'entrée principale piétonne de l'établissement, sur tous les axes routiers ou non, permettant un accès à cette entrée.
Rapport de présentation p. 13	Supprimer les nombreux dispositifs sur clôtures qui impactent beaucoup l'espace public.	Supprimer les nombreux dispositifs sur clôtures qui impactent beaucoup l'espace public. Mais avec une tolérance sur les espaces non sensibles (zones 1, 2, 4.1. et 4.3.), pour les enseignes, afin de ne pas pénaliser la visibilité des entreprises et artisans.
Rapport de présentation p. 14	En zone 5, dite « centre-ville ».	Dispositions spécifiques admises pour les enseignes des bâtiments publics (panneau de fond si petit).
Rapport de présentation p. 16	En zone 4.1., dite « zone commerciale ».	Enseignes autorisées sur toutes les clôtures (dans toutes les zones économiques de 4.1. à 4.3.).
Rapport de présentation p. 16	En zone 5, dite « centre-ville ».	Sur les axes listés, publicité numérique autorisée sur 20 m de part et d'autre de l'axe pour inclure les dispositifs existants attenants, implantés au carrefour avec ces axes.
Rapport de présentation p. 21	En zone 4.2., 6 secteurs de supermarchés et centres commerciaux en secteurs urbains mixte.	et Porte Jeune
Rapport de présentation p. 22	A propos de la définition des périmètres de protection autour des monuments historiques : « la distance de 100 m retenu correspond au périmètre légal auparavant considéré dans le cadre des RLPi avant le 1 ^{er} janvier 2020) et ainsi à celui qui figure dans les actuels RLP communaux sur m2A. »	« la distance de 100 m retenu correspond au périmètre prévu à l'article L.581-8, ainsi que celui auparavant considéré dans le cadre des RLPi avant le 1 ^{er} janvier 2020) et qui figure dans les actuels RLP communaux sur m2A. »
Rapport de présentation p. 22	19 éléments patrimoniaux locaux répartis sur 11 communes.	22 éléments patrimoniaux locaux répartis sur 12 communes.
Rapport de présentation p. 23		Ajout d'une page listant les sites et bâtiments patrimoniaux générant un périmètre de protection.
Art C	Les dispositifs publicitaires et les pré-enseignes sont interdits sur un linéaire de 10 mètres de part et d'autre des cours d'eau définis	Les dispositifs publicitaires et les pré-enseignes sont interdits sur un linéaire de 10 mètres de part et d'autre des cours d'eau définis en pointillés bleus sur le plan de



532- ER

	en pointillés bleus sur le plan de zonage.	zonage.
Art D	Tout dispositif publicitaire doit, par sa localisation, respecter une distance minimale de 5 mètres de tout arbre de plus de 3 mètres de hauteur. Cette distance sera mesurée entre le centre de la base du pied du dispositif publicitaire et le centre de la base du tronc. Cet article s'applique également au mobilier urbain d'une surface unitaire utile de 2 mètres carrés ou moins.	Tout dispositif publicitaire doit, par sa localisation, respecter une distance minimale de 5 mètres de tout arbre de plus de 3 mètres de hauteur. Cette distance sera mesurée entre la base du pied du dispositif publicitaire la plus proche de l'arbre et le centre de la base du tronc. Cet article ne s'applique pas au mobilier urbain* d'une surface unitaire utile de 2 mètres carrés ou moins.
Art E	Toute publicité est interdite dans un rayon de 100 mètres autour des écoles, à l'exception de celle sur mobilier urbain lié aux arrêts de transports en commun et Vélocité (ou dispositif de libre-service vélo équivalent), lorsque la publicité n'excède pas 2 m ² de surface unitaire utile.	Toute publicité est interdite le long des cheminements piétons menant à l'entrée principale des établissements scolaires, sur une distance de 100 mètres, mesurée à partir de l'entrée principale des établissements scolaires. Cette règle ne s'applique pas au mobilier urbain lié aux arrêts de transports en commun et Vélocité (ou dispositif de libre-service vélo équivalent), lorsque la publicité n'excède pas 2 m ² de surface utile.
Art F	Pour les autres bâtiments et immeubles protégés au titre du code du patrimoine, toute publicité est interdite dans un rayon de 100 mètres autour des monuments historiques. Il en est de même pour les autres éléments du patrimoine d'intérêt local identifiés sur le plan en annexe 3. Cette règle ne s'applique pas au mobilier urbain non numérique lié aux arrêts de transports en commun et aux stations Vélocité, lorsque la publicité n'excède pas 2 m ² de surface unitaire utile.	En l'absence de Périmètre de Mise en Valeur : - Toute publicité est interdite dans un rayon de 100 mètres autour des monuments historiques. Il en est de même pour les autres éléments du patrimoine d'intérêt local identifiés sur le plan en annexe 3. Cette règle ne s'applique pas au mobilier urbain non numérique lié aux arrêts de transports en commun et aux stations Vélocité, lorsque la publicité n'excède pas 2 m ² de surface unitaire utile.
Art H	Les publicités murales ne sont autorisées que sur les façades aveugles*. Une façade ou un pignon ne peut accueillir qu'un seul dispositif. Les dispositifs publicitaires ne doivent pas masquer, même partiellement, les éléments de modénature*, ou autres décors architecturaux, ainsi que les limites de l'égout du toit* qu'elles ne doivent pas dépasser.	Une façade ou un pignon ne peut accueillir qu'un seul dispositif. Références : R.581-22, L.581-8, R.581-22, R.581-26 à R.581-28, R.581-88
Art I	Les dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol, d'une surface unitaire utile supérieure à 2 m ² , doivent reposer sur un pied unique. Ce pied est vertical, sa largeur n'excède pas le quart de la largeur totale du dispositif. Lorsqu'ils sont simple face, le dos des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol doit être habillé, afin de ne pas laisser apparaître les structures du dispositif. Tout dispositif publicitaire, scellé au sol ou installé sur le sol, ne peut être placé à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant	Les dispositifs scellés au sol ou directement posés sur le sol, situés sur le domaine public, doivent être installés de manière à ne pas nuire à la sécurité et à l'usage normal de la voie ouverte à la circulation, de la piste ou bande cyclable et/ou de l'espace du trottoir. Un passage de 1,4 mètre de largeur minimum, libre de tout obstacle, doit être préservé pour la circulation des personnes, notamment celles à mobilité réduite. Références : R. 581-30 à R.581-33

532- ER

	<p>du plan du mur contenant cette baie.</p> <p>Les dispositifs scellés au sol ou directement posés sur le sol, situés sur le domaine public, doivent être installés de manière à ne pas nuire à la sécurité et à l'usage normal de la voie ouverte à la circulation, de la piste ou bande cyclable et/ou de l'espace du trottoir. Un passage de 1,4 mètre de largeur minimum, libre de tout obstacle, doit être préservé pour la circulation des personnes, notamment celles à mobilité réduite.</p>	
Art K	<p>Conformément à l'article R.581-34 du code de l'environnement, la publicité lumineuse* est interdite hors unité urbaine de Mulhouse. Au sein de l'unité urbaine, la publicité lumineuse apposée sur un mur, scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut avoir une surface unitaire excédant 8 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.</p>	<p><i>Paragraphe supprimé car repris de la réglementation nationale.</i></p>
Art L	<p>Il est fait application de la réglementation nationale.</p>	<p>Il est fait application de la réglementation nationale.</p> <p>Les publicités sont autorisées sur les palissades de chantiers*, à l'exception de celles implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.</p>
Art N	<p>Les enseignes perpendiculaires au mur ne doivent pas constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement. Dans tous les cas, cette saillie* ne peut excéder 0,8 mètres.</p>	<p><i>Paragraphe supprimé car repris de la réglementation nationale.</i></p>
Art P	<p>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, quelles que soient leurs dimensions, sont limitées en nombre à un dispositif placé sur chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble dans lequel est exercée l'activité signalée.</p> <p>Lorsque plusieurs activités sont implantées sur une même unité foncière, il est souhaité que leurs messages soient regroupés sur un seul et unique dispositif le long de chaque voie bordant l'unité foncière et présentent un aspect harmonisé.</p>	<p><i>Paragraphe supprimé car repris de la réglementation nationale.</i></p>
Art R	<p>Article R : Enseignes sur clôtures, sur murs de clôtures</p> <p>Les enseignes sur murs et clôtures aveugles comme non aveugles sont interdites.</p>	<p>Article supprimé</p>
Art 2.3.	<p>Article 2.3. Enseignes apposées sur les murs</p> <p>La surface totale des enseignes en façade est limitée à 15% de la surface de la façade commerciale et ne peut en tout état de cause dépasser une surface totale cumulée de 8 mètres carrés par façade</p>	<p>Article 2.3. Enseignes apposées sur les murs</p> <p>La surface totale des enseignes en façade est limitée à 15% de la surface de la façade commerciale et ne peut en tout état de cause dépasser une surface totale</p>



532- ER

	<p>commerciale.</p> <p>Cette règle ne s'applique pas aux établissements culturels dont la liste est fixée par arrêté du ministre chargé de la culture.</p>	<p>cumulée de 8 mètres carrés par façade commerciale.</p>
Art 3.1.	<p>En matière de publicités et de pré-enseignes, seuls les dispositifs sur arrêts de bus, stations de tram et stations vélocité (ou équivalent) sont autorisés, dans la limite d'une surface unitaire utile maximale de 2 m².</p>	<p>En matière de publicités et de pré-enseignes, seuls les dispositifs non numériques sur arrêts de bus, stations de tram et stations vélocité (ou équivalent) sont autorisés, dans la limite d'une surface unitaire utile maximale de 2 m².</p>
Article 3.5.		<p>Enseignes sur clôtures et sur murs de clôtures : Les enseignes sur murs et clôtures aveugles, comme non aveugles, sont interdites.</p>
Art 4.3.2.	<p>La taille des enseignes visibles depuis la D68 et la D8B1 (rocade ouest traversant les collines) est limitée 4 % de la façade d'activité et ne peut excéder 12 m².</p>	<p>La taille des enseignes visibles depuis la D68 et la D8B1 (rocade ouest traversant les collines) est limitée à 4 % par façade et ne peut excéder 12 m².</p>
Zone 5		<p>Le centre commercial « Porte jeune », situé 1 boulevard de l'Europe à Mulhouse, est classé en zone 4.2.</p>
Art 5.1.	<p>Article 5.1. Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes hors micro affichage et publicités sur bâches</p>	<p>Dispositions applicables aux publicités et aux pré-enseignes hors micro affichage</p>
Art 5.1.	<p>Les publicités numériques sont interdites, sauf dans les rues suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - A Mulhouse : boulevard Stoessel, rue Gutenberg, av. Kennedy, av de Colmar, rue Louis Pasteur, av du Général Leclerc, Porte du Miroir, rue Jacques Preiss. - A Illzach : rue de Mulhouse et place de la République. 	<p>Les publicités numériques sont interdites, sauf dans les rues suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - A Mulhouse : boulevard Stoessel, rue Gutenberg, av. Kennedy, av de Colmar, rue Louis Pasteur, av du Général Leclerc, rue de la Porte du Miroir, rue Jacques Preiss et sur les quais de la gare de Mulhouse. - A Illzach : rue de Mulhouse et place de la République. <p>Cette possibilité s'applique sur une bande de 20 mètres de part et d'autre de l'axe central de la chaussée ouverte à la circulation publique.</p>
Art 5.3.	<p>Enseignes apposées sur les murs</p>	<p>Enseignes apposées sur les murs</p> <p>Les enseignes des bâtiments et services publics pourront être constituées de panneaux de fond à la double condition que le panneau soit posé de manière verticale et que sa largeur (plus petite dimension) ne dépasse pas 30 cm.</p>
Article 5.6.		<p>Enseignes sur clôtures et sur murs de clôtures : Les enseignes sur murs et</p>



532- ER

		clôtures aveugles, comme non aveugles, sont interdites.
Glossaire	Chevalet : Pré-enseigne ou publicité posée au sol, généralement devant un magasin. Toutefois, il constitue une enseigne lorsqu'il est posé sur le lieu de l'activité extérieure (terrasses de restaurants et de cafés...) et que ses inscriptions, formes ou images se rapportent à l'activité qui s'y exerce.	Chevalet : Pré-enseigne ou publicité posée au sol, généralement devant un magasin. Toutefois, il constitue une enseigne lorsqu'il est posé sur le lieu de l'activité extérieure (terrasses de restaurants et de cafés...), qu'il a fait l'objet d'une autorisation d'occupation du domaine public et que ses inscriptions, formes ou images se rapportent à l'activité qui s'y exerce.
Glossaire		Etablissement scolaire : établissement d'enseignement public, ou privé sous contrat avec l'Etat, hors établissements d'enseignement supérieur.
Glossaire	Palissade de chantier : Clôture provisoire masquant une installation de chantier pour des raisons de sécurité.	Palissade de chantier : Clôture provisoire masquant une installation de chantier.
Glossaire	Publicité lumineuse : Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemples : néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence sont considérés comme des publicités lumineuses.	Publicité lumineuse : Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet. Exemples : néons sur les toits, écrans vidéo. Les dispositifs publicitaires supportant des affiches éclairées par projection ou transparence, bien que considérés comme des publicités lumineuses, répondent au régime de la publicité non lumineuse.
Glossaire		Surface de la façade commerciale : surface totale de la façade sur laquelle est/sont installée(s) le(s) enseigne(s). Conformément à l'article R581-63 du Code de l'environnement, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées sur les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.
Annexe 1	Bollwerk, rue de Metz	Tour du Bollwerk, également nommée Tour du cochon, rue de Metz

En vert : éléments ajoutés

En rouge : éléments supprimés

En violet : éléments supprimés car repris de la réglementation nationale



532- ER

Le Vice-Président
délégué à l'urbanisme prévisionnel,

Rémy NEUMANN