

# ANNEXES

## **Enquête publique du mercredi 18 mai au jeudi 16 juin 2016**

I) - Arrêté municipal d'ouverture de l'enquête

II) - Publicité de l'enquête

- publications légales dans les journaux locaux
- photos des lieux d'affichage de l'enquête publique
- certificat d'affichage de la mairie

III) –Délibérations de la commune

-délibération de la commune en date du 31 janvier 2013 demandant la mise en œuvre de la procédure d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité sur le territoire sélestadien

-délibération de la commune en date du 26 novembre 2016 arrêtant le projet de RLP et dressant le bilan de la concertation

IV) - Avis de l'Etat

- Avis de la direction départementale des territoires du bas Rhin
- Avis du 22 février 2016 de la commission départementale des paysages et des sites du Bas-Rhin en formation publicité

V) -Avis des personnes publiques associées

- Avis du Conseil Départemental du bas –Rhin
- Avis de la chambre de commerce et d'industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin

VI) -Procès verbal de synthèse établi conformément à l'article R 123-18 du code de l'environnement par commissaire enquêteur le 23 juin 2016

VII) - Mémoire en réponse de la mairie en date du 30 juin 2016

**ARRETE N° 210/16**

Portant organisation de l'enquête publique relative au projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la Ville de Sélestat.

**LE MAIRE DE LA VILLE DE SELESTAT**

- VU** le Code général des collectivités territoriales,
- VU** le Code de l'environnement et notamment ses articles L581-14-1, L.123-1 à L.123-2, L123-3 à L123-19 et R123-2 à R123-27,
- VU** le Code de l'urbanisme et notamment son article L153-19,
- VU** la délibération du Conseil Municipal du 31 janvier 2013 portant mise en œuvre de la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité et déterminant les modalités de concertation,
- VU** la délibération du Conseil Municipal du 26 mars 2015 prenant acte du débat sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité,
- VU** la délibération du Conseil Municipal du 26 novembre 2015 arrêtant le projet de Règlement Local de Publicité et tirant le bilan de la concertation,
- VU** les différents avis recueillis dans le cadre de la procédure d'élaboration,
- VU** l'avis favorable à l'unanimité de la Commission Départementale compétente en matière de Nature, de Paysages et de Sites en date du 22 février 2016,
- VU** la décision du 05 avril 2016 de la Présidente du Tribunal Administratif de Strasbourg, désignant M. Michel PERALDI en qualité de commissaire enquêteur et M. André CHARLIER en qualité de commissaire enquêteur suppléant,
- VU** le dossier d'enquête publique,

**arrête :**

**ARTICLE 1 :**

Il sera procédé à une enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Sélestat, du 18 mai au 16 juin 2016, soit pendant 30 jours consécutifs.

Ce document vise à adapter, au contexte local, les règles nationales qui s'appliquent aux publicités, enseignes et préenseignes.

**ARTICLE 2 :**

Au terme de cette enquête publique, le Conseil Municipal de Sélestat approuvera le Règlement Local de Publicité. Il pourra, en fonction des conclusions de l'enquête publique, y apporter des modifications.

**ARTICLE 3 :**

Monsieur Michel PERALDI a été désigné comme commissaire enquêteur et Monsieur André CHARLIER comme commissaire enquêteur suppléant, par la Présidente du Tribunal Administratif de Strasbourg.

**ARTICLE 4 :**

Le dossier d'enquête publique et les pièces qui l'accompagnent, ainsi que les registres d'enquête à feuillets non mobiles, côtés paraphés par le commissaire enquêteur, seront tenus à la disposition du public en Mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, siège de l'enquête et à la Mairie du Heyden sise 13 rue Franz Schubert, 67600 SELESTAT, pendant la durée de l'enquête publique, de 8h30 à 12h00 et de 13h30 à 17h30 à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés.

Le public pourra prendre connaissance du dossier et consigner ses observations, propositions et contre-propositions, sur les registres ouverts à cet effet ou les adresser par correspondance au commissaire enquêteur à la Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT.

Le dossier d'enquête publique contient notamment la note de présentation comprenant les informations environnementales se rapportant à l'objet de l'enquête et l'avis de la Commission Départementale compétente en matière de Nature, de Paysages et de Sites.

Les informations relatives à l'enquête publique peuvent être consultées sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) et le public peut communiquer ses observations, propositions et contre-propositions par voie électronique via l'adresse : [rlp@ville-selestat.fr](mailto:rlp@ville-selestat.fr)

Toute personne peut, sur sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête publique auprès de Monsieur le Maire de la Ville de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT.

**ARTICLE 5 :**

Le commissaire enquêteur sera présent pendant la durée de l'enquête publique pour recevoir les observations écrites ou orales du public aux lieux, dates et heures suivants :

**en Mairie de Sélestat :**

- le jeudi 19 mai de 9 heures à 12 heures
- le lundi 23 mai de 9 heures à 12 heures
- le mardi 14 juin de 9 heures à 12 heures

**à la Mairie du Heyden :**

- le samedi 4 juin de 9 heures à 12 heures

**ARTICLE 6 :**

A l'issue de l'enquête, le public pourra consulter le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur en Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes et sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) pendant une durée d'un an.

**ARTICLE 7 :**

Les informations relatives au projet de Règlement Local de Publicité peuvent être demandées auprès de Monsieur Guy RITTER, Adjoint au Maire en charge des Moyens Généraux, Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes.

**ARTICLE 8 :**

Une copie du présent arrêté sera affichée dans les lieux officiels d'affichage dans la commune et adressée à Monsieur le Sous-préfet de l'Arrondissement de Sélestat-Erstein, à Monsieur le Président du Tribunal d'Instance, à Madame la Présidente du Tribunal Administratif de Strasbourg, à Madame LISCH chef de l'unité publicités à la DDT 67, à Monsieur Michel PERALDI commissaire enquêteur titulaire, à Monsieur André CHARLIER commissaire enquêteur suppléant, au Service Réglementation de la Mairie de Sélestat, à la Mairie du Heyden.

Rég/qb

Sélestat, le 26 avril 2016,  
Le Maire,



**Marcel BAUER**  
**Vice-Président du Conseil Départemental**  
**du Bas-Rhin**

## II) Publicité de l'enquête

## Ville de Sélestat

### Élaboration du Règlement Local de Publicité de la Commune de Sélestat

## Avis d'enquête publique

Le public est informé qu'il sera procédé à une enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Sélestat, du 18 mai au 16 juin 2016, soit pendant 30 jours consécutifs. Ce document vise à adapter, au contexte local, les règles nationales qui s'appliquent aux publicités, enseignes et préenseignes.

### 1. Commissaire enquêteur

Monsieur Michel PERALDI, ancien sous-préfet, a été désigné en qualité de commissaire enquêteur titulaire pour conduire cette enquête publique, par décision de la Présidente du Tribunal Administratif de Strasbourg, en date du 05 avril 2016. Monsieur André CHARLIER, Commandant de Police honoraire, a été désigné en qualité de suppléant par cette même décision.

### 2. Le dossier d'enquête

Le dossier d'enquête publique est constitué des pièces suivantes :

- le projet complet de RLP arrêté le 26 novembre 2015.
- les avis des personnes publiques associées.
- l'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.
- le bilan de la concertation.

### 3. Les lieux et dates de l'enquête

L'enquête publique se déroulera du 18 mai au 16 juin 2016 inclus, soit 30 jours consécutifs.

#### 3-1. Consultation du dossier soumis à enquête publique

Les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête seront déposés du 18 mai au 16 juin 2016 inclus, à la Mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, et à la Mairie du Heyden sise 13 rue Franz Schubert, 67600 SELESTAT, afin que chacun puisse en prendre connaissance et consigner éventuellement ses observations, propositions et contre-propositions sur le registre d'enquête ou encore les faire connaître par écrit ou oralement au commissaire enquêteur. Les jours et heures d'ouverture de la Mairie de Sélestat et de la Mairie du Heyden sont les suivants : de 8h30 à 12h et de 13h30 à 17h30 à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés.

Les informations relatives à l'enquête publique peuvent être consultées sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) et le public peut communiquer ses observations par voie électronique via l'adresse : [rlp@ville-selestat.fr](mailto:rlp@ville-selestat.fr)

#### 3-2. Permanences du commissaire enquêteur

Il siègera à la Mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, où toutes les observations devront lui être adressées. Il tiendra une permanence à la Mairie de Sélestat et à la Mairie du Heyden aux jours et heures de permanences suivants :

#### en Mairie de Sélestat :

- le jeudi 19 mai de 9 heures à 12 heures
- le lundi 23 mai de 9 heures à 12 heures
- le mardi 14 juin de 9 heures à 12 heures

#### à la Mairie du Heyden :

- le samedi 4 juin de 9 heures à 12 heures

### 4. Responsable du projet

Les informations relatives au projet de Règlement Local de Publicité peuvent être demandées auprès de Monsieur Guy RITTER, Adjoint au Maire en charge des Moyens Généraux, Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT.

### 5. Les suites de l'enquête publique

Au terme de cette enquête publique, le Conseil Municipal de Sélestat approuvera le Règlement Local de Publicité. Il pourra, en fonction des conclusions de l'enquête publique, y apporter des modifications. A l'issue de l'enquête, le public pourra consulter le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur en Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, et sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) pendant une durée d'un an.

### 6. Affichage de l'avis d'enquête publique

Cet avis sera affiché dans les lieux officiels d'affichage dans la commune et éventuellement par tout autre procédé en usage dans la commune quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête et pendant toute la durée de celle-ci. Enfin, cet avis sera publié sur le site internet de la commune dans les mêmes conditions de délai.

**Faire-part de décès**



« Une porte s'est fermée,  
Une autre s'est ouverte  
Nous étions et resterons avec toi. »

Joseph KOPP, son époux  
Michelle et Jean-Louis SCHWEITZER,  
sa fille et son gendre  
Alain KOPP et Irma, son fils et sa belle-fille  
Carole SCHWEITZER et Sébastien, Mélina

ont la profonde douleur de faire part du décès de

**Madame Alice KOPP**  
née KOCHER

ma chère et regrettée épouse, notre maman, belle-mère,  
mamie, arrière-mamie, marraine, tante, cousine, parente  
et amie, enlevée à notre tendre affection le 17 mai 2016,  
à l'aube de ses 91 ans.

67990 Osthoffen

La cérémonie religieuse aura lieu le **vendredi 20 mai 2016,**  
à **14 h 30, en l'église Saint-Jacques d'Osthoffen.**

La famille remercie son médecin traitant, le docteur Locher,  
ses kinés et infirmières à domicile, les intervenants de l'ABRAPA,  
le personnel soignant de l'hôpital de Hautepierre, pour leur  
dévouement et leur gentillesse, ainsi que toutes les personnes  
qui s'associeront à son deuil.

CET AVIS TIENT LIEU DE FAIRE-PART ET DE REMERCIEMENTS

André CLAUSS, son époux  
Vincent et Carole CLAUSS, Ludvine et Juliette  
Christian et Séverine CLAUSS, Julien et Célia  
ainsi que les familles parentes et alliées

ont la profonde douleur de faire part du décès de

**Madame Renée CLAUSS**  
née WEBER

endormie paisiblement le 17 mai 2016, dans sa 78<sup>e</sup> année.

67118 Geispolsheim

La cérémonie religieuse aura lieu le **vendredi 20 mai 2016,**  
à **14 h, en l'église Sainte-Marguerite de Geispolsheim.**

Selon la volonté de la défunte, son corps sera incinéré.

Les fleurs et les plaques peuvent être remplacées par des dons  
en faveur de la recherche médicale.

La famille remercie d'avance toutes les personnes qui  
s'associeront à sa grande peine.

LE PRÉSIDENT  
LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION  
TOUS LES BÉNÉVOLES  
ET LE PERSONNEL DE L'ALEF

ont le profond regret de faire part du décès de

**Madame Renée CLAUSS**  
née WEBER  
Bénévole au service des enfants  
et ancienne responsable de centres de loisirs

Nous garderons en mémoire son sens de l'engagement,  
ses qualités humaines au service des autres.

Avec notre profonde reconnaissance pour son implication dans  
l'association, nous exprimons nos plus sincères condoléances  
à sa famille.

LE PRÉSIDENT ET LES MEMBRES  
DU CONSEIL RÉGIONAL D'ALSACE  
DE L'ORDRE DES EXPERTS-COMPTABLES

ont le regret de faire part, à l'ensemble  
de la profession, du décès de leur confrère

**Monsieur René MUNCH**  
Expert-comptable

ils garderont de lui un fidèle souvenir.

LE PRÉSIDENT,  
LE CONSEIL D'ADMINISTRATION  
ET LA DIRECTION DU CRÉDIT AGRICOLE  
ALSACE VOSGES  
LE PRÉSIDENT,  
LE CONSEIL D'ADMINISTRATION  
ET LE PERSONNEL DE LA CAISSE LOCALE  
DE CRÉDIT AGRICOLE DE PORTE D'ALSACE

ont le regret de vous faire part du décès de

**Monsieur  
André ZIMMERMANN**

Ancien président de la caisse locale de Lauterbourg

Ils adressent leurs condoléances attristées à toute sa famille.

MONSIEUR LE CURÉ,  
LES MEMBRES DE LA CHORALE SAINTE-CÉCILE  
DE NIEDERLAUTERBACH,  
LES MEMBRES DU CONSEIL DE FABRIQUE  
DE L'ÉGLISE SAINTE-MARGUERITE

ont le profond regret de faire part du décès de

**Monsieur André ZIMMERMANN**  
Ancien organiste  
Directeur et président de la chorale

Pendant 45 années, il a servi la paroisse avec dévouement  
et engagement.

Nous exprimons à sa famille nos sincères condoléances.

LA SOCIÉTÉ DE GYMNASTIQUE  
ET DE LUTTE 1904  
DE CHÂTENOIS

a le profond regret de faire part du décès de

**Monsieur René DUSSOUR**  
Président du club de 1959 à 1965

Nous garderons de lui un souvenir reconnaissant  
et présentons à sa famille nos sincères condoléances.

« Discrète était sa vie »

**Madame Annie CHARTON**

s'est endormie pour toujours à l'âge de 91 ans.

Anciennement Kaidenbourg

Que ceux qui l'ont connue aient une pensée pour elle.

Nous remercions le personnel de l'EHPAD Intra de Wissembourg  
pour son accompagnement au long de ces deux années,  
sa gentillesse et sa compétence.

**Anniversaire - Souvenir**



15<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE  
**Danielle ARSIC**  
née JOST  
14.10.1955 - 19.05.2001

Déjà 15 ans que tu nous as quittés,  
nous laissant dans un grand chagrin  
C'est dans nos cœurs désormais  
que tu demeures  
Seul reste le merveilleux souvenir  
de ton passage dans nos vies  
Tu nous manques tant...

A tous ceux qui ont une pensée pour toi  
merci de tout cœur

Familles ARSIC, JOST et STORMS

**Annonces légales et  
judiciaires**

avec eurolegales.com

**ANNONCES LEGALES ET OFFICIELLES**

Le journal « Les Dernières Nouvelles d'Alsace » est officiellement  
habilité à publier les annonces légales et judiciaires pour les départements  
du Bas-Rhin et du Haut-Rhin.

Vos contacts :  
TÉL. : 03 88 21 56 55 - Fax : 03 88 21 56 41 - [legales@dna.fr](mailto:legales@dna.fr)  
Et dans toutes nos agences locales.

Selon l'Arrêté du 18 décembre 2015 relatif au tarif annuel et aux modalités  
de publication des annonces judiciaires et légales  
sur la base de la ligne de référence définie en millimètres à l'article 2, le prix  
du millimètre est de 1,80 € HT pour l'année 2016.

**Enquête publique**

**AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE**

Ville de Sélestat

**Élaboration du Règlement Local de Publicité  
de la Commune de Sélestat**

Le public est informé qu'il sera procédé à une enquête publique sur le  
projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Sélestat, du 18 mai  
au 16 juin 2016, soit pendant 30 jours consécutifs. Ce document vise à  
adapter, au contexte local, les règles nationales qui s'appliquent aux publi-  
cités, enseignes et présentoirs.

1) Commissaire enquêteur  
Monsieur Michel PERALDI, ancien sous-préfet, a été désigné en qualité  
de commissaire enquêteur titulaire pour conduire cette enquête publique,  
par décision de la Présidente du Tribunal administratif de Strasbourg,  
en date du 8 avril 2016. Monsieur André CHARLIER, Commandant de  
Police honoraire, a été désigné en qualité de suppléant par cette même  
décision.

2) Le dossier d'enquête  
Le dossier d'enquête publique est constitué des pièces suivantes :  
- le projet complet de RLP arrêté le 25 novembre 2015.  
- les avis des personnes publiques associées.  
- l'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et  
des Sites.  
- le bilan de la concertation.

3) Les lieux et dates de l'enquête  
L'enquête publique se déroulera du 18 mai au 16 juin 2016 inclus, soit  
30 jours consécutifs.

3-1. Consultation du dossier soumis à enquête publique  
Les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête seront déposés du 18  
mai au 16 juin 2016 inclus, à la Mairie de Sélestat site 9 place d'Armes,  
67600 Sélestat, et à la Mairie du Heyden site 13 rue Frans Schubert,  
67600 Sélestat, afin que chacun puisse en prendre connaissance et  
consigner éventuellement ses observations, propositions et contre-pro-  
positions sur le registre d'enquête ou encore les faire connaître oralement  
au commissaire enquêteur. Les jours et heures d'ouverture de  
la Mairie de Sélestat et de la Mairie du Heyden sont les suivants : de 9 h 30  
à 12 h et de 13 h 30 à 17 h 30 à l'exception des samedis, dimanches et  
jours fériés.

Les informations relatives à l'enquête publique peuvent être consultées  
sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) et le public peut communiquer ses  
observations par voie électronique via l'adresse [rip@villeselestat.fr](mailto:rip@villeselestat.fr)

3-2. Permanences du commissaire enquêteur  
Il siègera à la Mairie de Sélestat site 9 place d'Armes, 67600 Sélestat, où  
toutes les observations devront lui être adressées. Il tiendra une perma-  
nence à la Mairie de Sélestat et à la Mairie du Heyden aux jours et heures  
de permanences suivants :

- le jeudi 19 mai de 9 heures à 12 heures
- le lundi 23 mai de 9 heures à 12 heures
- le mardi 14 juin de 9 heures à 12 heures

à la Mairie du Heyden :  
- le samedi 4 juin de 9 heures à 12 heures

4) Responsable du projet  
Les informations relatives au projet de Règlement Local de Publicité peuvent  
être demandées auprès de Monsieur Guy RITTER, Adjoint au Maire  
en charge des Moyens Généraux, Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes,  
67600 Sélestat.

5) Les suites de l'enquête publique  
Au terme de cette enquête publique, le Conseil Municipal de Sélestat approuvera  
le Règlement Local de Publicité. Il pourra, en fonction des conclusions  
de l'enquête publique, y apporter des modifications. A l'issue de  
l'enquête, le public pourra consulter le rapport et les conclusions du com-  
missaire enquêteur en Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 Sélestat,  
et sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) pendant une durée d'un an.

6) Affichage de l'avis d'enquête publique  
Cet avis sera affiché dans les lieux officiels d'affichage dans la commune  
et éventuellement par tout autre procédé en usage dans la commune  
quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête et pendant toute la  
durée de celle-ci. Enfin, cet avis sera publié sur le site internet de la com-  
mune dans les mêmes conditions de délai.

**Avis d'appel d'offre**

**AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE**

Nom et adresse de la collectivité qui passe le marché :

Commune de MARLENHEIM  
Hôtel de Ville  
4 place du Maréchal Leclerc  
67520 MARLENHEIM  
Tél. : 03 88 59 28 59 - Fax : 03 88 59 29 50  
Courriel : [mair@marlenheim.com](mailto:mair@marlenheim.com)

Type de marché : Marché à procédure adaptée (art. 27 du décret du 25 mars 2016)

Objet du marché : Fourniture d'une balayuse multifonction articulée

Nombre de lots : 1

Début du marché : Juin 2016

Durée du marché : 6 mois

Délai de validité des offres : 180 jours

Modalités d'attribution des dossiers : Les dossiers peuvent être téléchargés sur  
la plateforme dématérialisée [www.e-marchespublics.com](http://www.e-marchespublics.com)

Modalités du dépôt des offres : Elles seront à adresser par envoi postal ou à  
déposer contre récépissé à l'Hôtel de Ville de Marlenheim.

Les offres pourront également être déposées sur la plateforme  
dématérialisée : [www.e-marchespublics.com](http://www.e-marchespublics.com)

Date limite de réception des offres : Lundi 13 juin 2016 à 12 heures

Date d'envoi à la publication : Mardi 17 mai 2016

Le Maire  
T 88332200

Suite dans le 3<sup>e</sup> cahier

## AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Ville de Sélestat

### Élaboration du règlement local de publicité de la commune de Sélestat

Le public est informé qu'il sera procédé à une enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Sélestat, du 18 mai au 16 juin 2016, soit pendant 30 jours consécutifs. Ce document vise à adapter, au contexte local, les règles nationales qui s'appliquent aux publicités, enseignes et préenseignes.

**1. Commissaire enquêteur :** Monsieur Michel PERALDI, ancien sous-préfet, a été désigné en qualité de commissaire enquêteur titulaire pour conduire cette enquête publique, par décision de la Présidente du tribunal administratif de Strasbourg, en date du 3 avril 2016. Monsieur André CHARLIER, Commandant de Police honoraire, a été désigné en qualité de suppléant par cette même décision.

**2. Le dossier d'enquête :** le dossier d'enquête publique est constitué des pièces suivantes :

- le projet complet de RLP arrêté le 26 novembre 2015.
- les avis des personnes publiques associées.
- l'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.
- le bilan de la concertation.

**3. Les lieux et dates de l'enquête :**  
L'enquête publique se déroulera du 18 mai au 16 juin 2016 inclus, soit 30 jours consécutifs.

**1-1. Consultation du dossier soumis à enquête publique :** les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête seront déposés du 18 mai au 16 juin 2016 inclus, à la mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, et à la mairie du Heyden sise 13 rue Franz-Schubert, 67600 SELESTAT, afin que chacun puisse en prendre connaissance et consigner éventuellement ses observations, propositions et contre-propositions sur le registre d'enquête ou encore les faire connaître par écrit ou oralement au commissaire enquêteur.

Les jours et heures d'ouverture de la mairie de Sélestat et de la mairie du Heyden sont les suivants : de 8 h 30 à 12 h et de 13 h 30 à 17 h 30 à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés.  
Les informations relatives à l'enquête publique peuvent être consultées sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) et le public peut communiquer ses observations par voie électronique via l'adresse : [rlp@ville-selestat.fr](mailto:rlp@ville-selestat.fr)

**1-2. Permanences du commissaire enquêteur :**  
Il siègera à la Mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, où toutes les observations devront lui être adressées. Il tiendra une permanence à la mairie de Sélestat et à la mairie du Heyden aux jours et heures de permanences suivants :

à la Mairie de Sélestat :

- le jeudi 19 mai, de 9 h à 12 h
- le lundi 23 mai, de 9 h à 12 h
- le mardi 14 juin, de 9 h à 12 h

à la Mairie du Heyden :

- le samedi 4 juin, de 9 h à 12 h

**4. Responsable du projet :** les informations relatives au projet de règlement local de publicité peuvent être demandées auprès de Monsieur Guy RITTER, adjoint au maire en charge des moyens généraux, Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT.

**5. Les suites de l'enquête publique :** au terme de cette enquête publique, le conseil municipal de Sélestat approuvera le Règlement Local de Publicité. Il pourra, en fonction des conclusions de l'enquête publique, y apporter des modifications.  
À l'issue de l'enquête, le public pourra consulter le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur en Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, et sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) pendant une durée d'un an.

**6. Affichage de l'avis d'enquête publique :** cet avis sera affiché dans les lieux officiels d'affichage dans la commune et éventuellement par tout autre procédé en usage dans la commune quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête et pendant toute la durée de celle-ci.  
Enfin, cet avis sera publié sur le site internet de la commune dans les mêmes conditions et dans le délai.

6	Secteur dépendant de l'agence de Colmar (Wittenheim)	ID VERDE 68
7	Secteur dépendant de l'agence de Saint-Avold (Courcelles-Chaussy, Saint-Avold, Faulquemont)	SAINT-NABOR
8	Secteur dépendant de l'agence de Saint-Avold (Secteur Forbach, String, Wendel, Sarreguemines)	KEIP
9	Secteur dépendant des agences de Metz et de Woippy (Pagny-sur-Moselle, Blénod-lès-Pont-à-Mousson, Champigneulle)	CAPS
10	Secteur dépendant de l'agence de Colmar (Ostwald)	ID VERDE 67

5) Le présent avis d'attribution a été envoyé au JOUE le 12 mai 2016 et aux autres publications chargées de son insertion le 17 mai 2016.

## AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

**Personne publique :** Mulhouse Alsace Agglomération - 2 rue Pierre-et-Marie-Curie - BP 90019 - 68948 - Mulhouse Cedex 9.

**Objet :** Périodique Staffelfelden - installation de bâtiments modulaires.

**Type de procédure :** procédure adaptée (article 27).

**Caractéristiques principales :** marché ordinaire ; variantes non autorisées ;

**Date prévisionnelle des prestations :** 6 juillet 2016.

**Critères d'attribution :** Prix (60 %) ; Valeur technique (produits proposés (30 %) phasage et de l'organisation du chantier (10 %)) 40 %.

**Obtention du dossier de consultation :** Mulhouse Alsace Agglomération - Pôle Education et Enfance - 11 avenue Kennedy - 68100 - Mulhouse - Téléchargement sur <http://www.alsacemarchespublics.eu> (réf : 16S0018)

**Date limite et lieu de réception des offres :** 8 juin 2016 à 11 h 30, au service commande publique (0802) - Entrée A - 2<sup>e</sup> étage - Bureau 224 (adresse de la personne publique) ou transmission électronique à <http://www.alsacemarchespublics.eu> (réf : 16S0018)

Date d'envoi de l'avis : 13 mai 2016

**L'ALSACE**

## Annonces Légales & Judiciaires

> 2 sites de référence en matières d'annonces :

**eurolegales.com**  
**et francemarchés.com**

**POUR TOUT RENSEIGNEMENT, CONTACTEZ NOTRE SERVICE ANNONCES LÉGALES ET JUDICIAIRES :**

Journal L'ALSACE  
TAL 03 89 32 79 04  
ALSLEGALEAL@lalsace.fr

francemarchés.com  
Les sites officiels de la publicité légale en France

Annonces légales et judiciaires

avec eurolegales.com

ANNONCES LEGALES ET OFFICIELLES
Le journal «Les Dernières Nouvelles d'Alsace» est officiellement habilité à publier les annonces légales et judiciaires pour les départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin.

Enquête publique
AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE
Ville de Sélestat
Élaboration du Règlement Local de Publicité de la Commune de Sélestat

Le public est informé qu'il sera procédé à une enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Sélestat, du 18 mai au 18 juin 2016, soit pendant 30 jours consécutifs.

1) Commissaire enquêteur
Monsieur Michel PERALDI, ancien sous-préfet, a été désigné en qualité de commissaire enquêteur titulaire pour conduire cette enquête publique, par décision de la Présidente du Tribunal administratif de Strasbourg, en date du 8 avril 2016.

2) Le dossier d'enquête
Le dossier d'enquête publique est constitué des pièces suivantes:
- le projet complet de RLP arrêté le 26 novembre 2015.

3) Les lieux et dates de l'enquête
L'enquête publique se déroulera du 18 mai au 18 juin 2016 inclus, soit 30 jours consécutifs.

3-1. Consultation du dossier soumis à enquête publique
Les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête seront déposés du 18 mai au 18 juin 2016 inclus, à la Mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 Sélestat, et à la Mairie du Hayden sise 13 rue Franz Schubert, 67600 Sélestat, afin que chacun puisse en prendre connaissance et consigner éventuellement ses observations, propositions et contre-propositions sur le registre d'enquête ou encore les faire connaître par écrit ou oralement au commissaire enquêteur.

3-2. Permanence du commissaire enquêteur
Il siègera à la Mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 Sélestat, où toutes les observations devront lui être adressées. Il tiendra une permanence à la Mairie de Sélestat et à la Mairie du Hayden aux jours et heures de permanences suivantes.

3-3. Affichage de l'avis d'enquête publique
Cet avis sera affiché dans les lieux officiels d'affichage dans la commune et éventuellement par tout autre procédé en usage dans la commune quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête et pendant toute la durée de celle-ci. Enfin, cet avis sera publié sur le site internet de la commune dans les mêmes conditions de délai.

Confiez vos publications légales et judiciaires aux DNA, un journal de grande diffusion

Préfecture du Bas-Rhin
Direction des Collectivités Locales
Bureau de l'Environnement et des Procédures Publiques
Enquête publique
AVIS
Installations classées pour la protection de l'Environnement

Une enquête publique est prescrite sur la demande d'autorisation présentée par la société TANNERIES HAAS en vue d'obtenir auprès du Préfet du Bas-Rhin l'autorisation d'exploiter une installation classée pour la protection de l'environnement, à savoir la régularisation de tanneries de cuir de veau.

Avis d'appel d'offre

AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

Ville d'Eckbolsheim
1. Identification de la collectivité qui passe le marché: Ville d'Eckbolsheim
2. Objet du marché: Rénovation de la salle socio-culturelle d'Eckbolsheim.

AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

1) Pouvoir adjudicataire:
Maire d'Assainissement de la Région Saverne-Zorn-Mosel
2) Mode de passation du marché:
Procédure adaptée, conformément aux articles 42-3° de l'ordonnance n° 2015-809 du 21 juillet 2015 et 27 du décret n° 2016-360 du 25 mars 2016.

D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

1) Identification du pouvoir adjudicataire:
Commune de BETSCHDORF
2) Mode de passation: Procédure adaptée (Article 28)
3) Objet du marché: Création d'un site internet.

AVIS DE MARCHÉ
Néolia

Maître d'ouvrage:
Néolia - 34, rue de la Combe-aux-Biches - CS 75927 - 52505 Montbéliard Cedex.
Procédure: Appel d'Offre Ouvert.
Date de publication: 22 avril 2016.

Table with 3 columns: Critères de jugement, Part, Valeur technique. Rows include Note n° 1, Note n° 2, Note n° 3.

Détail de validité des offres: 120 jours.
Renseignements d'ordre administratif:
Madame Sandrine MANGÉROL - Tél. 03 81 31 53 53

AVIS D'APPEL PUBLIC À LA CONCURRENCE

Relatif au marché de travaux de rénovation et d'extension de la mairie de DRUSENHEIM

1) Identification du pouvoir adjudicataire:
COMMUNE DE DRUSENHEIM
67, rue du Général-de-Gaulle - 67410 DRUSENHEIM
2) Mode de passation du marché: Procédure adaptée (article 28 du CMP)

## AVIS OFFICIELS

## AVIS D'ENQUÊTE PUBLIQUE

Ville de Sélestat  
 Élaboration du règlement local de publicité  
 de la commune de Sélestat

Le public est informé qu'il sera procédé à une enquête publique sur le projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Sélestat, du 18 mai au 16 juin 2016, soit pendant 30 jours consécutifs. Ce document vise à adapter, au contexte local, les règles nationales qui s'appliquent aux publicités, enseignes et préenseignes.

**1. Commissaire enquêteur :** Monsieur Michel PERALDI, ancien sous-préfet, a été désigné en qualité de commissaire enquêteur titulaire pour conduire cette enquête publique, par décision de la Présidente du tribunal administratif de Strasbourg, en date du 8 avril 2016. Monsieur André CHARLIER, Commandant de Police honoraire, a été désigné en qualité de suppléant par cette même décision.

**2. Le dossier d'enquête :** le dossier d'enquête publique est constitué des pièces suivantes :

- le projet complet de RLP arrêté le 26 novembre 2015.
- les avis des personnes publiques associées.
- l'avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites.
- le bilan de la concertation.

**3. Les lieux et dates de l'enquête :** L'enquête publique se déroulera du 18 mai au 16 juin 2016 inclus, soit 30 jours consécutifs.

**3-1. Consultation du dossier soumis à enquête publique :** les pièces du dossier ainsi qu'un registre d'enquête seront déposés du 18 mai au 16 juin 2016 inclus, à la mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, et à la mairie du Heyden sise 13 rue Franz-Schubert, 67600 SELESTAT, afin que chacun puisse en prendre connaissance et consigner éventuellement ses observations, propositions et contre-propositions sur le registre d'enquête ou encore les faire connaître par écrit ou oralement au commissaire enquêteur.

Les jours et heures d'ouverture de la mairie de Sélestat et de la mairie du Heyden sont les suivants : de 8 h 30 à 12 h et de 13 h 30 à 17 h 30 à l'exception des samedis, dimanches et jours fériés.

Les informations relatives à l'enquête publique peuvent être consultées sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) et le public peut communiquer ses observations par voie électronique via l'adresse : [rlp@ville-selestat.fr](mailto:rlp@ville-selestat.fr)

**3-2. Permanences du commissaire enquêteur :** Il siègera à la Mairie de Sélestat sise 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, où toutes les observations devront lui être adressées. Il tiendra une permanence à la mairie de Sélestat et à la mairie du Heyden aux jours et heures de permanences suivants :

- en Mairie de Sélestat :
  - le jeudi 19 mai, de 9 h à 12 h
  - le lundi 23 mai, de 9 h à 12 h
  - le mardi 14 juin, de 9 h à 12 h
- à la Mairie du Heyden :
  - le samedi 4 juin, de 9 h à 12 h

**4. Responsable du projet :** les informations relatives au projet de règlement local de publicité peuvent être demandées auprès de Monsieur Guy BIETTER, adjoint au maire en charge des moyens généraux, Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT.

**5. Les suites de l'enquête publique :** au terme de cette enquête publique, le conseil municipal de Sélestat approuvera le Règlement Local de Publicité. Il pourra, en fonction des conclusions de l'enquête publique, y apporter des modifications.

A l'issue de l'enquête, le public pourra consulter le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur en Mairie de Sélestat, 9 place d'Armes, 67600 SELESTAT, et sur le site internet [www.selestat.fr](http://www.selestat.fr) pendant une durée d'un an.

**6. Affichage de l'avis d'enquête publique :** cet avis sera affiché dans les lieux officiels d'affichage dans la commune et éventuellement par tout autre procédé en usage dans la commune quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête et pendant toute la durée de celle-ci.

Enfin, cet avis sera publié sur le site internet de la commune dans les mêmes conditions de délai.

# Lieux d'affichage de l'enquête publique



**Archives**  
**1 avenue de la Liberté**



**Commanderie Saint-Jean**



**Cour de prélatés**  
**Rue du Sel**



**Centre Sportif Intercommunal**  
**de Sélestat (CSI)**



**Mairie du Heyden**  
**13 rue Franz Schubert**



**Office du tourisme**  
**10 boulevard du Maréchal Leclerc**

## CERTIFICAT D'AFFICHAGE

**Je soussigné, Marcel BAUER, Maire de la Ville de Sélestat atteste que l'avis d'enquête publique concernant l'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de Sélestat ;**

a été affiché sur les panneaux réglementaires de la Commune le 2 mai 2016 et restera en place jusqu'au 16 juin 2016 inclus.

Etabli à Sélestat, le 19 mai 2016

Le Maire,  
Marcel BAUER



Par délégation  
La Directrice des Affaires  
Générales et Juridiques

  
Sylvie BLUNTZER

### III ) –Délibérations de la commune

# VILLE DE SELESTAT

## EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS Séance du CONSEIL MUNICIPAL du 31 JANVIER 2013

Conseillers en exercice : 33

Sont présents : 27

Absents excusés : 6

Absents avec procuration : 5



### Règlement Local de Publicité : mise en œuvre de la procédure d'élaboration et détermination des modalités de concertation

#### Rapport n° 663

Secteur concerné : Environnement et cadre de vie  
Direction : Direction des Affaires Générales et Juridiques  
Service instructeur : Service Réglementation  
Rapporteur : Guy RITTER

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 ont récemment opéré une réforme du régime applicable depuis plus de 30 ans aux publicités, enseignes et préenseignes.

Pour rappel, les publicités, les enseignes et les préenseignes sont tous les dispositifs publicitaires qui peuvent être notamment scellés au sol, implantés sur des bâtiments ou des clôtures, voire sur des toitures. Par définition, les publicités sont destinées à informer le public ou à attirer son attention ; les enseignes, quant à elles, sont apposées sur un immeuble et relatives à une activité qui s'y exerce et les préenseignes indiquent la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

D'une part, de nouvelles possibilités d'affichage (bâches de chantier, dispositifs de dimensions exceptionnelles, baies commerciales...) ont été introduites par la réforme et, d'autre part, de nouvelles mesures en faveur de la protection du cadre de vie sont désormais applicables (limitation de la densité publicitaire, limitation de la surface cumulée des enseignes, extinction nocturne des enseignes lumineuses...).

À l'instar de l'ancienne réglementation, ces règles nationales peuvent faire l'objet d'adaptations locales par le biais d'un règlement local de publicité, et ce, pour tenir compte des spécificités locales.

En l'occurrence, l'élaboration d'un Règlement Local de Publicité permet aux collectivités de mettre en place des règles plus restrictives afin de diminuer le nombre de dispositifs mais également d'améliorer leur cohérence et leur esthétique pour une meilleure intégration dans l'environnement urbain.

Désormais, l'élaboration d'un tel document relève de la procédure prévue par le Code de l'Urbanisme pour les plans locaux d'urbanisme.

Par conséquent, la délibération du Conseil Municipal de Sélestat du 20 novembre 2009 qui approuvait le principe de la création d'un règlement local de publicité, selon l'ancienne procédure, est caduque.

L'initiative de l'élaboration d'un règlement local de publicité revient aujourd'hui au Conseil municipal qui interviendra ensuite à plusieurs reprises au cours de la procédure. En premier lieu, afin de débattre sur les orientations générales du règlement local de publicité, ensuite pour tirer le bilan de la concertation et arrêter un projet de règlement local de publicité qui sera soumis à enquête publique et à divers avis administratifs (commission départementale compétente en matière de nature, de paysage et de site, personnes publiques associées et diverses personnes publiques qui en font la demande). Enfin, il reviendra au Conseil Municipal d'approuver le règlement local de publicité qui sera ensuite annexé au plan local d'urbanisme.

Durant toute la phase d'élaboration, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées ont vocation à être associées. De plus, le Maire pourra recueillir l'avis de toute personne, association ou de tout organisme compétent en la matière.

La publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes) est aujourd'hui devenue omniprésente sur le territoire sélestadien et il s'avère que la réglementation nationale est insuffisante pour limiter sa multiplication.

La mise en œuvre d'un règlement local de publicité permettrait ainsi de satisfaire à divers objectifs :

- la valorisation de l'image du territoire et l'amélioration du cadre de vie notamment le long des voies traversantes, aux entrées de ville et dans les zones industrielles,
- la mise en valeur du patrimoine architectural, historique et urbain du centre-ville,
- la protection des zones résidentielles.

Il est donc proposé aux Membres du Conseil Municipal d'approuver le principe de la création d'un règlement local de publicité sur le territoire de la Ville de Sélestat et de fixer les modalités de la concertation.

## LE CONSEIL MUNICIPAL

**après avis favorable, à l'unanimité,  
de la Commission des Moyens Généraux  
réunie le 21 janvier 2013**

**VU** *Les articles L581-14 et suivants et l'article R581-79 du Code de l'Environnement relatifs aux règlements locaux de publicité ;*

**VU** *Les articles L123-6 et suivants et L.300-2 du Code de l'Urbanisme relatifs à la procédure d'élaboration des plans locaux d'urbanisme ;*

**PRESCRIT** *L'élaboration d'un règlement local de publicité sur le territoire communal.*

**DECIDE** *De fixer les modalités de concertation suivantes :*

- à chaque stade de la procédure, publication d'articles dans le « Sélestadien », sur le site internet de la Ville de Sélestat et dans la presse locale,*
- mise en place d'un affichage explicatif en Mairie et dans les bâtiments annexes,*
- ouverture d'un registre, en Mairie, et diffusion d'une adresse mail afin de recueillir les observations du public, pendant la phase d'élaboration du règlement local de publicité.*

**AUTORISE** *Monsieur le Maire ou son représentant à prendre toutes les mesures nécessaires à la réalisation de cette concertation.*

DAGJ/reg/FK

**POUR EXTRAIT CONFORME**

LE MAIRE

Pour le Maire, par délégation  
Le Directeur Général des Services



Emmanuel CORDIVAL

Certifié exécutoire  
le 6 février 2013.

Pour le Maire et par délégation,  
l'Adjoint chargé des Moyens Généraux



Guy RITTER

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS**  
**Séance du CONSEIL MUNICIPAL du 26 NOVEMBRE 2015**  
**Conseillers en exercice : 33**  
**Sont présents : 30**  
**Absents excusés : 3**  
**Absents avec procuration : 3**

**Arrêt du projet de Règlement Local de Publicité (RLP)**  
**et**  
**bilan de la concertation**

**Rapport n° 273**

Secteur concerné : Environnement et cadre de vie  
Direction : Direction des Affaires Générales et Juridiques  
Service instructeur : Service Réglementation  
Rapporteur : Guy RITTER

Par délibération du 31 janvier 2013, le Conseil Municipal de Sélestat a prescrit la mise en œuvre de la procédure d'élaboration d'un Règlement Local de Publicité sur le territoire sélestadien.

Conformément aux obligations en matière de concertation prévues par les réglementations applicables et comme précisé dans la délibération du 31 janvier 2013, la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité a été ponctuée par différents temps forts :

- La publication d'articles dans le « Sélestadien » et d'informations sur le site internet de la Ville.
- La mise en place d'un affichage explicatif en Mairie et dans les bâtiments annexes.
- L'ouverture d'un registre, en Mairie, et la diffusion d'une adresse mail afin de recueillir les observations du public ; à ce jour, aucune observation n'a été émise.

- En application de l'article L581-14-1 alinéa 2 du Code de l'Environnement, des demandes d'avis de personnes compétentes en matière de publicité ont été présentées auprès de l'association « Paysages de France », du « Syndicat National de la Publicité Extérieure » (SNPE) et de « l'Union de la Publicité Extérieure » (UPE). L'association « Paysages de France » a transmis ses recommandations nationales et l'UPE nous a indiqué les coordonnées des membres qui souhaitent représenter le groupement lors de la phase d'élaboration.
- Les recommandations de l'Architecte des Bâtiments de France ont été recueillies lors d'une rencontre le 11 juin 2013.
- En application de l'article L121-2 du Code de l'Urbanisme, le « Porter à la Connaissance » émis par les services de la Direction Départementale des Territoires a été transmis à la Collectivité en date du 25 septembre 2013.
- Plusieurs réunions de présentation ont été organisées afin de recueillir l'avis des intervenants :
  - le 25 septembre 2013 : présentation des orientations générales et des prescriptions envisagées aux professionnels de la publicité extérieure (publicitaires et enseignistes).
  - le 29 octobre 2013 : présentation des orientations générales et des prescriptions envisagées aux représentants d'associations de protection de l'environnement (Alsace Nature et GERRIS).
  - le 21 septembre 2015 : présentation du pré-projet de RLP aux personnes publiques associées,
  - le 16 novembre 2015 : présentation du pré-projet de RLP aux commerçants, artisans et maraîchers locaux.
- Le pré-projet de RLP a été présenté, courant mai 2015, à la Direction Départementale des Territoires du Bas-Rhin (Service de l'Environnement et de la Gestion des Espaces – Pôle Milieux Naturel et Espèces) chargé d'assister les communes en la matière.

Le projet de RLP a été élaboré par le groupe de travail ad hoc depuis la première délibération lançant la procédure d'élaboration du RLP, fin janvier 2013. Un travail régulier de mise à jour a été effectué pour tenir compte des remarques émises lors des différentes présentations et des demandes d'avis énumérées ci-dessus.

Les principales remarques et suggestions énoncées lors de la phase de concertation qui ont été prises en compte par le groupe de travail sont :

- La nécessité d'encadrer la publicité extérieure, avec parcimonie, dans les zones industrielles et d'activités afin de préserver les intérêts économiques. Par exemple, en maintenant la possibilité d'installation de dispositifs publicitaires lumineux et la superficie maximale légale prévue pour la publicité non lumineuse.
- L'encadrement des horaires d'extinction des enseignes et de la publicité.
- La mise en place de règles contraignantes pour la publicité sur mobilier urbain, en parallèle aux règles applicables aux publicités installées sur propriétés privées.
- La mise en place d'une zone de protection relative aux zones d'activités.
- La mise en place d'un minimum de linéaire de façade pour l'installation de publicités.

Certaines remarques, exprimées notamment par les publicitaires et les personnes dont l'avis a été sollicité, n'ont cependant pas été prises en compte par le groupe de travail ad hoc dans la mesure où elles ne correspondaient pas aux orientations générales fixées par ce groupe de travail et ne répondaient pas à l'objet d'un règlement local de publicité.

Par exemple, il a été proposé de maintenir la superficie légale maximale des publicités à 12m<sup>2</sup>. Or, compte tenu des objectifs assignés au règlement local de publicité, le groupe de travail a réduit cette superficie maximale à 2m<sup>2</sup> en centre-ville et à 4m<sup>2</sup> dans les zones résidentielles. La publicité non-lumineuse pourra toutefois atteindre 12m<sup>2</sup> dans les zones d'activités (la publicité lumineuse sera limitée à 2m<sup>2</sup>).

De même, à la demande de maintien de la règle légale de densité, il a été répondu qu'une règle de densité plus stricte que celle posée par le Code de l'Environnement sera instaurée dans chaque zone de protection. En effet, le groupe de travail a souhaité poser une règle de densité adaptée à chacune des trois zones de protection, en fonction des caractéristiques et des destinations des différents secteurs de l'agglomération.

Conformément aux exigences du Code de l'Urbanisme, les orientations générales du futur RLP ont fait l'objet d'un débat lors du Conseil Municipal du 26 mars 2015. Aucune objection n'a été formulée à cette occasion et le Conseil Municipal a adopté les orientations générales à l'unanimité.

L'objet de la présente délibération est d'arrêter le projet de RLP issu des travaux du groupe de travail et de la phase de concertation.

Par la suite, avant d'être soumis à enquête publique, le projet de RLP sera transmis pour avis aux personnes publiques associées et à la Commission Départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites. Le délai maximal de réponse est de trois mois. Passé ce délai, leur avis sera réputé favorable.

L'approbation définitive du RLP pourra avoir lieu, en conseil municipal, à l'issue de l'enquête publique, sur la base des avis précités et des conclusions du commissaire enquêteur.

### **LE CONSEIL MUNICIPAL**

**après avis favorable, à l'unanimité,  
de la Commission des Moyens Généraux,  
réunie le 16 novembre 2015.**

**VU** *Les articles L581-14 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales.*

**VU** *Les articles R581-72 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales.*

**VU** *Les articles L123-1 et suivants du Code de l'Urbanisme notamment l'article L123-9.*

**VU** *Les articles L300-2 et R123-18 du Code de l'Urbanisme.*

**VU** *La délibération du Conseil Municipal de Sélestat en date du 31 janvier 2013 mettant en œuvre la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité et déterminant les modalités de concertation.*

**VU** *La délibération du Conseil Municipal de Sélestat en date du 26 mars 2015 portant débat sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité.*

**CONSIDERANT** *Qu'il importe d'atteindre les orientations générales fixées par la collectivité, à savoir :*

- la maîtrise de la densité et de la pression publicitaires,*
- la lutte contre la société de consommation,*
- la meilleure intégration des dispositifs au*

- sein de leur environnement,*
- *l'amélioration de la lisibilité des dispositifs,*
  - *l'assainissement des zones d'activités, en tenant compte des besoins en matière de communication,*
  - *l'établissement de règles esthétiques pour la mise en valeur des enseignes du centre-ville,*
  - *la restriction de la publicité au centre-ville,*
  - *la préservation des zones résidentielles face à la pression publicitaire.*

**ARRETE** *Le projet de Règlement Local de Publicité tel qu'il est annexé à la présente délibération.*

**DRESSE** *Le bilan de la concertation :*

- *les deux premières délibérations et les documents d'informations, tenus à la disposition du public en Mairie, n'ont fait l'objet d'aucune remarque via l'adresse mail et dans le registre spécifiquement mis en place ;*
- *les diverses présentations et recueils d'avis organisés dans le cadre de la concertation ont donné lieu à des remarques et des propositions dont certaines ont été prises en compte par le groupe de travail, au fur et à mesure de l'élaboration du projet de Règlement Local de Publicité.*

**PRECISE** *Que le projet de Règlement Local de Publicité sera transmis, pour avis :*

- *à l'ensemble des personnes visées à l'article L123-9 alinéa 2 du Code de l'Urbanisme,*
- *à la Commission Départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites.*

**RAPPELLE** *Que la présente délibération sera affichée en Mairie pendant un mois.*

DAGJ/Reg/FK

**Adopté à l'unanimité**

POUR EXTRAIT CONFORME  
LE MAIRE

Pour le Maire, par délégation  
Le Directeur Général des Services



*Philippe STEEGER*

Certifié exécutoire  
le 2 décembre 2015

Pour le Maire et par délégation,  
l'Adjoint chargé des Moyens Généraux



*Guy RITTER*

## IV) - Avis de l'Etat

Direction départementale  
des territoires  
Service de  
l'Environnement et de la  
Gestion des Espaces  
Unité Espèces et Paysage

Strasbourg, le 05 janvier 2016

Affaire suivie par : Evelyne LISCH  
Courriel : evelyne.lisch@bas-rhin.gouv.fr  
Téléphone : 03 88 88 90 83  
Télécopie : 03 88 88 90 10

Objet : Rapport de la DDT sur le projet de Règlement Local de  
Publicité de la commune de SELESTAT au vu de la réunion du  
CDNPS formation « publicité »

**Le Directeur Départemental des Territoires**

à

**Monsieur le Président de la Commission Départementale  
de la Nature, des Paysages et de Sites**

**Préfecture du Bas-Rhin**

**5 place de la république**

**6700 STRASBOURG**

## **RAPPORT À L'ATTENTION DE MONSIEUR LE PRÉSIDENT DE LA COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES FORMATION « PUBLICITÉ »**

La nouvelle répartition des rôles entre l'État et les collectivités territoriales définie par la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 impose la rédaction d'un Règlement Local de Publicité (RLP) par les collectivités qui souhaitent garder ou obtenir les compétences en matière d'instruction et de police des publicités extérieures.

Par délibération en date du 31 janvier 2013, le Conseil Municipal de Sélestat a prescrit l'élaboration de son RLP conformément aux articles L.581-14 à L.581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 du code de l'environnement (CE).

La procédure d'élaboration du projet de RLP s'est déroulée conformément aux exigences définies dans le code de l'environnement.

Le Conseil Municipal de Sélestat a arrêté le projet le 26 novembre 2015 et l'a transmis en préfecture du Bas-Rhin le 1<sup>er</sup> décembre 2015 aux fins de réunir la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites dans sa formation « publicité ». Le rapporteur en sera la Direction Départementale des Territoires du Bas-Rhin.

### **1. Rappel de la loi quant au Règlement Local de Publicité :**

L'article L.581-14-1 du CE prévoit que : « le Règlement Local de Publicité soit élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification du Plan Local d'Urbanisme (PLU) définies au chapitre III du titre II du livre 1<sup>er</sup> du code de l'urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée prévue par l'article L. 123-13-3 et des dispositions transitoires de l'article L. 123-19 du même code. Le président de l'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de plan local d'urbanisme ou le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement du territoire, d'habitat et de déplacements, y compris, le cas échéant, des collectivités territoriales des États limitrophes. Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement arrêté par l'établissement public de coopération intercommunale ou la commune est soumis

Direction départementale des territoires du Bas-Rhin, 14 rue du Maréchal Juin, BP 61003, 67070 STRASBOURG cedex.

Standard téléphonique : 03 88 88 91 00 – Courriel : [ddt@bas-rhin.gouv.fr](mailto:ddt@bas-rhin.gouv.fr)

Accueil téléphonique du lundi au jeudi de 9h00 à 12h00 et de 14h00 à 16h30, le vendredi de 09h00 à 12h00 et de 14h00 à 16h00

Accueil physique sans rendez-vous du lundi au vendredi de 9h15 à 11h15 et de 14h00 à 16h00

pour avis à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites ». Cet article précise également qu'une fois approuvé « le RLP est annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu ».

Dès l'entrée en vigueur du RLP, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire de la commune. Cependant, le préfet de département peut pourvoir en lieu et place du maire à un manquement aux articles L.581-27, L.581-28 et L.581-31 du code de l'environnement après un délai de un mois suivant une demande.

Le RLP doit être constitué d'un rapport de présentation, d'une partie réglementaire et de documents graphiques en annexe.

## **2. Le rapport de présentation du RLP :**

### **2.1- Le diagnostic :**

Le diagnostic liste les infractions constatées au titre du règlement national des publicités extérieures et définit les secteurs à enjeux.

### **2.2- Les enjeux :**

Même si les dispositifs sont conformes à la réglementation nationale, ils portent atteinte à l'environnement urbain. La mise en conformité des dispositifs non-conformes ne permettra pas d'atteindre les objectifs et les attentes de la commune. Le groupe de travail définit les orientations suivantes :

- valorisation de l'image du territoire communal, protections des zones résidentielles et amélioration du cadre de vie des habitants
- renforcement de l'attractivité et du dynamisme commercial
- mise en valeur du patrimoine architectural, historique et urbain du centre-ville

### **2.3- Les objectifs :**

Afin de pouvoir mettre en œuvre ces orientations, trois zones de protection sont clairement définies :

- la zone de protection n°1 (ZP1) ; protégeant le centre-ville ainsi que ses abords répertoriés à l'inventaire général des bâtiments et monuments historiques
- la zone de protection n°2 (ZP2) ; réglementant les zones d'activités commerciales
- la zone de protection n°3 (ZP3) ; réglementant le reste de l'agglomération à vocation principale d'habitat.

Le groupe de travail détermine ses objectifs, nettement plus restrictifs que la réglementation nationale, en fonction de la nature des dispositifs en deux catégories :

- les publicités, préenseignes et mobiliers urbains ;
  - limités en densité et superficie dans les zones ZP1 et ZP3,
  - très encadrés en ZP2
- les enseignes ;
  - très encadrées en ZP1 au regard de la protection des bâtiments et monuments historiques,
  - moyennement encadrées en ZP3 car avec peu d'enjeux environnementaux,
  - peu encadrées en ZP2 étant reconnues que les activités économiques doivent être visibles.

### **3. La partie réglementaire :**

- **Le chapitre 1** définit les trois zones de protection. Les trois articles qui le composent sont nécessaires et suffisants.
- **Le chapitre 2** donne les dispositions générales applicables à l'ensemble du territoire. Les articles sont conformes à ce que demande la réglementation, ils introduisent des notions plus restrictives des prescriptions applicables aux différents dispositifs de publicité.
- **Le chapitre 3** indique les prescriptions applicables pour la ZP1. Elles respectent l'intérêt patrimonial du centre-ville et de ses proches environs.
- **Le chapitre 4** indique les prescriptions applicables pour la ZP2. Elles permettent notamment l'implantation de dispositifs de publicité dans les différentes zones d'activités. Elles permettent l'introduction de la publicités en dehors de l'agglomération telle que définit par le code de la route et telles que le prévoit le code de l'environnement, tout en respectant les caractéristiques environnementales des lieux.
- **Le chapitre 5** indique les prescriptions applicables pour la ZP3. Elles sont en adéquation avec les objectifs à atteindre.
- **Les annexes** sont conformes à l'attente de la réglementation nationale des publicités extérieures.

### **4. Avis de la Direction Départementale des Territoires du Bas-Rhin :**

Après examen du projet de règlement local de publicité déposé par la commune de Sélestat, il apparaît que le groupe de travail a tenu compte du porté à connaissance et des avis successifs que la Direction Départementale des Territoires du Bas-Rhin lui avait transmis. Le RLP est ainsi conforme aux attentes et respecte les textes réglementaires.

L'avis de la DDT est favorable à la poursuite de la procédure et, ainsi, à l'ouverture de l'enquête publique obligatoire.

L'Adjoint au Chef du Service de l'Environnement  
et de la Gestion des Espaces,



Néjib AMARA

PRÉFET DU BAS-RHIN

Préfecture  
Direction des Collectivités Locales  
Bureau de l'Environnement et des  
Procédures Publiques

**Compte rendu de la réunion  
de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites du Bas-Rhin  
en formation «publicité»  
tenue le 22 février 2016**

**Président** : M. Stéphane CHIPPONI, Sous-Préfet de Sélestat Erstein

Etaient présents :

**Pour le collège des représentants des services de l'Etat :**

- Mme LISCH - Direction Départementale des Territoires 67 - Service de l'Environnement et de la Gestion des Espaces
- Mme JAVAUX - Direction Départementale des Territoires 67 - Service de l'Aménagement Durable des Territoires
- Mme CORRAL TREVIN - Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine - Architecte des Bâtiments de France

**Pour le collège des collectivités territoriales :**

- M. Claude KERN représentant les EPCI – Président de l'association des maires

**Pour le collège des personnalités compétentes:**

- M. Guy Michel SCHULTZ, responsable patrimoine - JC DECAUX
- Mme DE PASSOS, chargée de patrimoine - EXTERION MEDIA

**Pour le collège des personnalités qualifiées:**

- Mme FIORESE, responsable Service Juridique - CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin
- Mme SAMUEL, Service Juridique - CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin
- M. TRAUTMANN - Conservatoire des Sites Alsaciens

**Pour le collège des experts invités:**

- M. BIRY - Conseil d'Architecture, d'Urbanisme et d'Environnement

**Membres excusés :**

- M. Marcel BAUER - Vice-Président du Conseil Départemental du Bas-Rhin
- M. le Maire de SELESTAT, représenté par M. RITTER, adjoint

- M. François CENDRE - Clear Channel, directeur de l'offre Région Grand Est
- M. Dominique MATEO - EXTERION MEDIA

#### **Autres participants :**

- M. Guy RITTER - adjoint au Maire de SELESTAT, en charge des Moyens Généraux
- Mme Caroline SCHIRRER – Ville de Sélestat- responsable du Service Réglementation
- Mme Fanny KLING – Ville de Sélestat - chargée de projet
- M. NOTTER, Mmes VENZKE et COLIN - Préfecture du Bas-Rhin, bureau de l'environnement et des procédures publiques

#### **Mandats :**

- Mme LISCH a mandat pour la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement

Mme LISCH (DDT) présente le dossier à l'ordre du jour qui concerne le règlement local de publicité (RLP) de SELESTAT.

Par délibération en date du 31 janvier 2013, le Conseil Municipal de Sélestat a prescrit l'élaboration de son RLP conformément aux articles L.581-14 à L.581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 du code de l'environnement (CE). La procédure d'élaboration du projet de RLP s'est déroulée conformément aux exigences définies dans le code de l'environnement. Le Conseil Municipal de Sélestat a arrêté le projet le 26 novembre 2015.

Avant d'être soumis à enquête publique, le projet de règlement est soumis pour avis à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites dans sa formation « publicité ». Tous les documents du RLP et le rapport de la DDT ont été transmis aux membres de la Commission avant la séance.

L'enjeu prioritaire pour la ville est de valoriser l'image du territoire communal et le cadre de vie.

Trois zones de protection ont été clairement définies :

- la zone de protection n°1(ZP1) protégeant le centre-ville ainsi que ses abords répertoriés à l'inventaire général des bâtiments et monuments historiques ;
- la zone de protection n°2 (ZP2) réglementant les zones d'activités commerciales, avec des dispositions un peu plus souples ;
- la zone de protection n°3 (ZP3) réglementant le reste de l'agglomération à vocation principale d'habitat.

Le groupe de travail détermine ses objectifs, nettement plus restrictifs que la réglementation nationale, en fonction de la nature des dispositifs en deux catégories :

1. les publicités, préenseignes et mobiliers urbains :

- limités en densité et superficie dans les zones ZP1 et ZP3,
- très encadrés en ZP2

2. les enseignes :

- très encadrées en ZP1 au regard de la protection des bâtiments et monuments historiques,
- moyennement encadrées en ZP3 car avec peu d'enjeux environnementaux,
- peu encadrées en ZP2 étant reconnues que les activités économiques doivent être visibles.

La DDT émet un avis favorable au projet de RLP de la commune de SELESTAT.

M. CHIPPONI (Sous-Préfet de Sélestat-Erstein) rappelle que l'architecte des bâtiments de France (ABF) a toutefois formulé des remarques sur ce dossier et il demande aux représentants de la ville d'éclairer les membres de la Commission sur ces différents points.

Mme KLING (Ville de Sélestat) répond sur les points suivants :

**Point 1.** *Pour toutes les zones définies, concernant la question de l'éclairage des dispositifs, tant enseignes, pré-enseignes que publicité: afin d'éviter l'installation des dispositifs lumineux par LED dont l'impact visuel est trop fort, il ne faut pas autoriser les dispositifs éclairés autrement que par projection indirecte par un appareillage dissimulé, sauf ZP1, article 3.1.3 : pour les enseignes perpendiculaires : les anciens dispositifs étaient souvent disposés plus en hauteur que les enseignes « drapeau » actuelles, il faut que le règlement n'empêche pas la restauration et la mise en place de ce type d'enseigne (enseignes anciennes en fer forgé) (type abri bus) où l'éclairage de la publicité peut être autorisé par transparence.*

Mme KLING rappelle que le projet interdit les enseignes lumineuses et les publicités numériques au centre ville et zones résidentielles, mais pas dans les autres zones de protection. Elles y sont en effet autorisées en zone d'activités sur une surface maximale de 2m<sup>2</sup>.

Pour le mobilier urbain, les mêmes règles que celles définies sur le domaine privé ont été mises en place que sur le domaine privé.

**Point 2.** *ZP1, article 3.1.2 : supprimer le terme « totalement »*

L'ABF demande aussi de ne pas masquer les éléments principaux de la façade (colonnes, contours de baies, colombages...), ce qui est une recommandation trop stricte pour les commerçants, notamment au centre ville. De plus, de toute manière, l'ABF devra donner un avis conforme sur ces demandes et chaque décision sera prise au cas par cas.

**Point 3.** *ZP1, article 3.1.3 : pour les enseignes perpendiculaires : les anciens dispositifs étaient souvent disposés plus en hauteur que les enseignes « drapeau » actuelles, il faut que le règlement n'empêche pas la restauration et la mise en place de ce type d'enseigne (enseignes anciennes en fer forgé)*

Mme KLING acte le fait que pour les anciennes enseignes, par exception, celles-ci pourront être placées un peu plus haut, dans le respect du code de l'environnement, donc sur la façade commerciale.

M. CHIPPONI interroge les membres sur d'éventuelles oppositions à ce dispositif, qui ne soulève pas de questions.

**Point 4.** *De plus, il faudrait ajouter une remarque permettant d'émettre des refus liés au risque d'altération des éléments d'architecture tant structurels que décoratifs (problématique de la multiplication des fixations dans les pierres taillées ou sablières de pan de bois par exemple).*

Mme KLING dit ne pas avoir pris en compte ces mesures puisque le RLP est essentiellement basé sur l'objectif de protection du cadre de vie et non du bâti, après avoir consulté des professionnels compétents en matière de publicité extérieure.

Mme FIORESE (CCI) souhaite savoir si ces dispositions sont légales.

Mme KLING dit craindre une sanction du juge pour excès de pouvoir.

Mme LISCH (DDT) rappelle qu'il est très difficile de justifier de l'interdiction de la pose d'une enseigne d'un point de vue urbanistique, sauf à proximité d'un bâtiment historique. En effet, le code de l'environnement stipule que toute personne a la liberté d'afficher son activité sur son lieu d'activité. Il est toutefois possible d'accompagner et de conseiller les commerçants dans leurs démarches.

M. CHIPPONI note que si cette disposition est intégrée au règlement, la base juridique du RLP peut être fragilisée en cas de plainte d'un pétitionnaire qui voudrait installer un commerce. Il ajoute qu'il reste ainsi possible d'examiner les demandes au cas par cas.

**Point 5.** *Par ailleurs, il est à regretter que, malgré les recommandations faites au début de l'étude, le règlement ne prévoit aucune prescription concernant les enseignes perpendiculaires. A minima il faut prévoir des limites de dimensions, épaisseurs, éclairage indirect, et prévoir un système d'accroche par potence en fer de façon à évoquer les enseignes traditionnelles.*

Mme KLING précise que le RLP prévoit des dispositions concernant les enseignes perpendiculaires et que seules 2 enseignes sont autorisées par façade : deux parallèles ou une perpendiculaire et une parallèle. Quant aux dimensions, rien n'a été prévu dans le règlement mais elles peuvent y être intégrées.

Elle ajoute que dans 6 ans, toutes les enseignes parallèles devront être mises en conformité.

Mme LISCH (DDT) éclaircit ce point, car le code de l'environnement n'autorise qu'une largeur maximale correspondant au 10ème de l'emprise du domaine public pour les enseignes perpendiculaires et pas au-delà de 2m. Quant à la hauteur, elle ne peut pas dépasser la hauteur de l'activité commerciale.

Mme CORRAL TREVIN (SADT – ABF) souhaite que soit indiquée une dimension maximale afin d'assurer un cadre global et une cohérence du rythme de la rue dans le centre ancien.

M. RITTER (Ville de Sélestat) précise qu'une réflexion est menée par un groupe de travail concernant le devenir du centre ancien d'un point de vue urbanistique et que la thématique des publicités extérieures est prise en compte. Il donne également quelques exemples de ce qui a été mis en œuvre dans ce contexte.

**Point 6.** *De même il faudrait prévoir des prescriptions sur les pré-enseignes, qui ne doivent notamment pas être lumineuses ou en tissu.*

Mme KLING répond que les pré-enseignes lumineuses sont déjà interdites. Quant au tissu, rien n'est prévu, mais le règlement national prévoit des matériaux durables. Ce point devra être revu avec l'ABF.

**Point 7.** *ZP1 : art 3.1.4 : concernant les enseignes sur les stores, marquises et auvent : celles-ci ne sont pas à privilégier, et elles ne peuvent être autorisées que si elles respectent la composition architecturale de l'édifice support*

Mme KLING répond qu'elles ne sont pas interdites et qu'elles sont soumises à autorisation d'urbanisme et de l'ABF.

M. RITTER précise qu'une charte existe par ailleurs à SELESTAT, où les terrasses sont soumises à autorisation annuelle.

**Point 8.** *ZP1 art 3.4.2 : le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires, à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne doit pas supporter de publicité commerciale. En effet, il a pu faire l'objet d'autorisation dans laquelle le projet de publicité commerciale n'était pas précisé et son impact non évalué.*

Mme KLING précise que le code de l'environnement fixe les règles, soit 12 m<sup>2</sup> au maximum. Or, le RLP de SELESTAT le limite à 2m<sup>2</sup>.

**Point 9.** *ZP2 : il faut introduire des règles pour encadrer le nombre, la dimension et l'aspect des enseignes, notamment leur caractère lumineux*

Mme KLING informe que le règlement ne met pas en place de règles locales sur les zones d'activités pour les enseignes sur bâti. La réflexion menée lors des débats d'élaboration du RLP n'a pas soulevé de soucis particuliers en zone d'activité et a conclu que la densité définie par le code de l'environnement est suffisant dans ces zones.

M. RITTER estime qu'il est important que les commerces puissent s'installer avec «facilité».

**Point 10.** *ZP3 : attention au risque de multiplication de panneaux le long de la voie ferrée : en effet celle-ci constitue un point de vue sur la ville et est un paysage à valoriser.*

Le RLP a fixé des limites de densité le long de la voie ferroviaire, soit 150 m linéaires en agglomération, entre chaque panneau. Il est rappelé que la voie ferrée traverse plus particulièrement une zone résidentielle protégée, et que les dispositifs de publicité extérieure sont interdits hors agglomération.

**Point 11. ZP3 art 5.4.2 :** le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires, à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, ne doit pas supporter de publicité commerciale. En effet, il a pu faire l'objet d'autorisation dans laquelle le projet de publicité commerciale n'était pas précisé.

Cette question avait déjà été évoquée par Mme KLING au point 8. Les mêmes mesures sont prises.

M. CHIPPONI interroge les membres de la Commission sur ce RLP.

M. KERN (EPCI – Association des Maires) tient à féliciter la ville de SELESTAT sur ce RLP très bien préparé.

En effet, M. RITTER confirme que la commune a élaboré ce RLP en concertation avec de nombreux partenaires réunis en groupes de travail.

M. CHIPPONI estime que ce document est consensuel.

Mme FIORESE (CCI) trouve ce document trop restrictif pour les franchisés, par exemple, qui pourraient ne pas s'implanter au centre ville. Quant aux enseignes perpendiculaires, comme les bureaux de tabac, cela pourrait leur poser des difficultés d'application et ainsi être discriminant.

M. RITTER rappelle le projet de ville en cours afin de développer le commerce de proximité (réfection des rues, dynamisation...).

Mme KLING ajoute que les franchisés se sont d'ores et déjà adaptés aux prescriptions de l'ABF.

Mme LISCH a constaté dans d'autres communes que des négociations sont possibles avec la mairie, au cas par cas.

M. CHIPPONI note que les règles d'implantation des pharmacies et des bureaux de tabac dépendent d'autres réglementations, sous régime de quotas (ARS et Douanes).

M. KERN informe les membres qu'un groupe de travail a été mis en place par le Conseil départemental et l'association des maires sur la signalisation d'information locale, en remplacement des pré-enseignes.

Mme SAMUEL (CCI) souhaite des précisions sur le chiffre évoqué de 2 enseignes autorisées.

Mme KLING précise qu'il faut entendre « local commercial ».

Ce dossier n'appelant plus d'autres questions, M. CHIPPONI procède au vote.

La CDNPS prononce un avis favorable à l'unanimité au RLP de la commune de SELESTAT.

Le RLP de la commune de SELESTAT est adopté.

Le Président



Stéphane CHIPPONI

**V) -Avis des personnes publiques  
associées**



**Avis du Conseil Départemental sur le  
projet de Règlement Local de Publicité  
(RLP) arrêté de la Ville de Sélestat**

**Rapport n° CP/2016/48**

**Service gestionnaire :**  
L5 - Habitat

**Résumé :**

La Ville de Sélestat, engagée dans une démarche de valorisation du territoire, de protection du patrimoine, et d'amélioration du cadre de vie, a souhaité se doter d'un Règlement Local de Publicité - RLP.

Le RLP vise, en application du Code de l'Environnement (art. L 581-14) qui fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes visibles de toutes les voies ouvertes à la circulation publique, à en adapter les dispositions et fixer des règles plus restrictives sur le territoire sélestadien.

Ce document est aujourd'hui transmis au Département pour qu'il fasse connaître son avis, en tant que Personne publique associée à l'élaboration du RLP.

## **1 – Contexte**

Le diagnostic du RLP pose le constat que l'omniprésence de la publicité extérieure, la surdensité et l'impact visuel qu'engendrent les messages publicitaires le long des principales voies de circulation, entâchent clairement le cadre de vie et l'environnement urbain.

De plus, du fait de la pression publicitaire accrue, la lisibilité et l'efficacité des enseignes se trouvent mises à mal, la surenchère des dispositifs se faisant au détriment des professionnels plus raisonnables.

La problématique des entrées de ville constitue un enjeu important pour l'image de la cité humaniste. Mais le centre-ville ainsi que les secteurs résidentiels ne sont pas épargnés.

C'est pourquoi la Ville de Sélestat a fixé trois objectifs principaux pour son RLP :

- Valoriser l'image du territoire, protéger les zones résidentielles et améliorer le cadre de vie des sélestadiens ;
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme commercial ;
- Mettre en valeur le patrimoine architectural, historique et urbain du centre-ville.

L'élaboration du RLP s'inscrit dans un ensemble de démarches et de projets initiés par la Ville, dans le sens d'une valorisation du territoire, de protection du patrimoine et d'amélioration du cadre de vie.

A ce titre, Sélestat a porté sa candidature au label de « Ville d'Art et d'Histoire ». Ce label est décerné par le Ministère de la Culture et de la Communication aux communes s'impliquant activement dans la connaissance, la protection, la sauvegarde, la valorisation et l'animation de leur patrimoine. L'outil réglementaire RLP est d'ailleurs identifié dans le plan d'action visant à appuyer le dossier de labellisation.

Participe également à cette dynamique, une politique de requalification et de renouvellement de l'espace public en centre-ville : construction de la nouvelle Bibliothèque

Humaniste, mise en lumière des bâtiments remarquables, requalification de la zone piétonne, aménagement de la place Gambetta...

On peut citer également le projet d'OPAH-RU (Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat et de Renouvellement Urbain) qui sera mené dans le centre de Sélestat à partir de 2016, qui vise à intervenir pour inverser les phénomènes de dégradation du bâti. Cette opération incitative s'adresse aux propriétaires en vue de réaliser des travaux de réhabilitation qualitatifs, pour produire des logements confortables, sains mais aussi économes en énergie. Le Département suit et accompagne, en tant que délégataire des aides en faveur de l'habitat privé de l'ANAH, cette opération portée par la Communauté de Communes avec maîtrise d'œuvre de la Ville.

La collectivité départementale accompagne la plupart de ces opérations, soit à travers un soutien financier, soit via un appui technique en ingénierie.

Ainsi, le Département rejoint et appuie la Ville de Sélestat dans l'objectif de valorisation du territoire, de protection du patrimoine et d'amélioration du cadre de vie, auquel l'outil du Règlement Local de Publicité va contribuer.

## **2 – Le projet de Règlement Local de Publicité de Sélestat**

Il a vocation à réglementer trois types de dispositifs définis par le Code de l'Environnement :

- Constitue une publicité, toute inscription, forme, image, et dispositifs destinés à informer le public ou à attirer son attention ;
- Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce ;
- Constitue une pré enseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Les règles applicables sur l'ensemble du territoire national peuvent être adaptées en fonction des circonstances locales via un Règlement Local de Publicité, où s'appliquent des dispositions plus restrictives.

Pour ce faire, à Sélestat, le RLP a identifié 3 zones de protection :

- Le centre-ville ancien étendu aux boulevards et avenues, qui permet de protéger l'hyper-centre qui abrite de nombreux immeubles protégés au titre des monuments historiques, ainsi que l'entrée de ville route de Marckolsheim proche de la réserve naturelle de l'Ill\*Wald ;
- La zone industrielle Nord et la zone d'activités Sud, où la publicité extérieure est la plus concentrée ;
- Les autres secteurs agglomérés essentiellement résidentiels.

Chaque zone fait l'objet d'un ensemble de dispositions très précises en vue de réglementer de la manière la plus adaptée et différenciée les dispositifs visés : localisation, superficie, recul, densité des publicités, caractéristiques et esthétique des enseignes, extinction des enseignes lumineuses...

## **3 - Proposition d'avis du Département**

La procédure d'élaboration des RLP est alignée sur celle de l'élaboration des documents d'urbanisme, qui prévoit tout au long de la démarche une association d'un certain nombre de partenaires et personnes publiques associées, dont le Département.

La réglementation des dispositifs publicitaires intéresse principalement le Conseil Départemental du Bas-Rhin en tant que gestionnaire du réseau routier.

Le champ d'application du RLP concerne les voies situées dans les limites de l'agglomération, telles que définies par arrêté municipal. Dans ce périmètre, le Règlement a fait un travail particulièrement approfondi et ambitieux.

Le Conseil Départemental du Bas-Rhin souscrit à ces dispositions, qui sont de nature à préserver la lisibilité de la signalisation routière, et assurer la sécurité de la circulation. Il est néanmoins proposé d'apporter deux éclairages complémentaires, utiles pour contribuer et alimenter la mise en œuvre du futur RLP :

- La question des publicités et pré enseignes temporaires :

La gestion des publicités temporaires / pré enseignes sur le périmètre du ban communal sélestadien hors zones de protection identifiées dans le RLP sera soumise aux règles du Code de l'Environnement, à savoir : l'installation sur le domaine public est interdite et peut faire l'objet d'une occupation temporaire après accord du propriétaire sur domaine privé. Cela concerne principalement les zones hors agglomération où le Département est gestionnaire du pouvoir de police.

Afin de répondre aux demandes locales récurrentes et soutenir le tissu associatif, tout en minimisant l'impact visuel et paysager, des ensembles fixes pourraient être déployés sur des points stratégiques pour mettre à disposition ces espaces en fonction des demandes formulées à la ville de Sélestat.

Il est à noter qu'une coordination se met progressivement en place entre les services de la Ville et ceux de l'unité technique du Département, pour apporter une réponse concertée aux demandes d'implantation de panneaux temporaires sur le territoire communal, en vue de diverses manifestations.

- L'articulation du RLP avec la SIL - Signalisation d'Intérêt Local :

Depuis le 13 juillet 2015, La Loi Grenelle 2 a élargi les catégories de pré enseignes interdites hors agglomération ; ainsi ne sont autorisées que les pré enseignes suivantes :

- monuments historiques
- activités culturelles
- produits du terroir
- manifestations temporaires à titre exceptionnel (promoteurs immobilier, festival, brocante...)

Afin de maintenir le jalonnement vers les activités qui sont dépourvues de pré enseignes, la loi a prévu qu'elles puissent bénéficier d'une « Signalisation d'Information Locale » - SIL, pour laquelle la demande doit être adressée au gestionnaire.

Dans ce contexte, le Département et les acteurs du développement touristique ont entrepris une démarche de concertation pour mettre à disposition une « Charte de la SIL » au niveau de l'Alsace, qui doit aboutir fin 2016.

La Charte SIL a pour objectif:

- d'améliorer la lisibilité de la destination touristique Alsace, avec une charte graphique, que les deux départements, les intercommunalités et les communes puissent adopter ;
- de hiérarchiser les activités éligibles en fonction de leur intérêt pour les territoires et de critères objectifs ;
- d'articuler la signalisation par Relais Information Service et par SIL ;
- de trouver un mode de financement acceptable.

La réflexion intégrera la dimension routière, touristique, économique, et institutionnelle.

Au titre de la gestion des pré enseignes, l'interaction avec le RLP de Sélestat est donc importante, en précisant cependant que les orientations exactes de gestion des pré enseignes avec de la SIL ne seront pas disponibles avant la fin 2016.

Le présent avis est rendu sur la base de l'article L.153-16 du Code de l'Urbanisme.

L'avis de la commission territoriale Sud a été sollicité.

Je vous demande de bien vouloir adopter le projet de délibération suivant :

*La commission permanente du Conseil Départemental, statuant par délégation et sur proposition de son président,*

*- prend connaissance des dispositions du projet de Règlement Local de Publicité de la Ville de Sélestat,*

*- relève que ses orientations s'inscrivent en cohérence avec les enjeux et missions départementales, dans la mesure où elles :*

*- participent à la valorisation de l'image du territoire et à l'amélioration du cadre de vie;*

*- sont de nature à préserver la lisibilité de la signalisation routière, et assurer la sécurité de la circulation.*

*Elle apporte par ailleurs deux contributions complémentaires, portant sur :*

*- les publicités et préenseignes temporaires, en appelant à poursuivre la coordination en agglomération /hors agglomération avec les services de la Ville pour encadrer l'implantation de ces dispositifs, tout en soutenant le tissu associatif,*

*- la gestion des préenseignes, qui pourra être approfondie en lien avec la démarche de « Charte SIL - Signalisation d'Information Locale » en Alsace, entreprise par le Département et les acteurs du développement touristique.*

Strasbourg, le 25/02/16

Le Président,



Frédéric BIERRY

VILLE DE SELESTAT	
L'INREGISTRE	
005812	29 FEV 2016
ADJOINT SERVICE	DACT. regl/GRINB

MAIRIE DE SELESTAT  
A l'attention de Monsieur Guy RITTER  
Adjoint au Maire en charge des  
Moyens Généraux  
9, Place d'Armes  
BP 40188  
67604 SELESTAT Cedex

Dossier suivi par :  
Elise Fiorese  
+ 33 (0)3 88 75 24 22  
e.fiorese@strasbourg.cci.fr

Strasbourg, le 22 février 2016  
JLHe/EF

Monsieur l'Adjoint au Maire,

Par courrier réceptionné le 03 décembre 2015, vous avez sollicité l'avis de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin sur le projet de Règlement Local de Publicité arrêté par délibération du conseil municipal le 26 novembre 2015 et je vous en remercie.

L'examen du dossier transmis nous amène à formuler diverses observations présentées dans le document joint au présent courrier.

Je vous prie d'agréer, Monsieur l'Adjoint au Maire, mes salutations distinguées.



Jean-Luc HEIMBURGER  
Président

*PJ :*  
*Avis de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin sur le projet de RLP de Sélestat*

<b>Elaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de Sélestat</b>	
Observations de la CCI	Février 2016

L'établissement d'un règlement local de publicité (RLP) dans votre commune est motivé par votre intention de contribuer à la politique de requalification et de renouvellement de l'espace public en centre-ville mais également d'appuyer la démarche visant à obtenir le label « ville d'Art et d'Histoire » permettant de protéger le patrimoine sélestadien. Ces motivations certes louables, suscitent toutefois de notre part les observations suivantes :

- **Les infractions** actuellement constatées par vos services en matière de publicité et d'enseignes peuvent cesser par l'application pure et simple de la loi.
- **L'obtention du label** « ville d'Art et d'Histoire » ne nécessite pas, selon son cahier des charges, la mise en place d'un RLP surtout aussi restrictif que celui que vous envisagez.
- **Les dispositions concernant de manière générale** les enseignes, quelle que soit la zone concernée, risquent de rendre l'apposition de certaines enseignes (hôtel, pharmacie, tabac ; gîtes, bannettes, certaines professions libérales comme le notaire) compliquée, voire impossible. De plus, dans les dispositions générales concernant les **dispositifs publicitaires et préenseignes** scellées au sol (page 46 article 2.3.3) la réglementation concernant les distances à respecter pour l'implantation d'un tel dispositif n'est pas claire et peut, de ce fait, être source de conflit.
- **La réglementation de la ZP1**, telle qu'elle ressort de sa rédaction actuelle concernant les enseignes, pourrait engendrer les **conséquences suivantes** : l'impossibilité parfois **d'apposer une enseigne** sur certaines façades (interdiction de masquer les principaux éléments de l'architecture tels que des colombages, pierres, colonnes...), l'impossibilité pour certains établissements **d'appliquer la réglementation** relative aux enseignes (forme, couleur, lettres peintes ou découpées, enseignes perpendiculaires uniquement au niveau d'une rupture de façade) et le risque de les voir **délaisser le centre-ville** (le cas notamment des **franchises** qui ont des codes couleurs ou des enseignes spécifiques, les **tabacs** avec leur enseigne standardisée qui est la « carotte », les **pharmacies** avec leur croix verte lumineuse ...). Dans tous les cas, les commerces vont **perdre en visibilité** (intégration dans la façade des enseignes, uniquement lettres peintes ou découpées, dimensions restreintes, formes et couleurs devant s'intégrer à l'environnement, nombre limité d'enseignes par établissement...). De telles restrictions ne vont pas favoriser le développement économique ni l'implantation de nouveaux commerces ou de nouvelles franchises. Il est enfin nécessaire de ne pas confondre les enjeux qui existent entre les publicités et les enseignes.
- L'extinction des enseignes **dans la ZP2** entre 22 heures et 6 heures du matin (bien plus restrictive que la loi) pourrait poser un problème de sécurité par manque d'éclairage de cette zone.
- **En conclusion**, il pourrait être intéressant en ZP1 mais également dans les autres zones, de mettre en place par le biais du mobilier urbain différents indicateurs facilitant l'orientation des touristes (fléchage des hôtels et restaurants, indication de certains établissements, nombre de places de parking).

+

## **Projet de Règlement local de publicité Commune de Sélestat**

### **Procès verbal de synthèse établi par le commissaire enquêteur (article R 123-18 du code de l'environnement)**

#### **1) Les conditions de déroulement de l'enquête publique**

L'enquête publique sur le projet de Règlement local de publicité de la commune de Sélestat s'est déroulée du 18 mai au 16 juin 2016 dans les meilleures conditions.

Le public a été informé au-delà de la simple publicité légale, et le climat de l'enquête a été parfaitement serein.

Les élus de la ville de Sélestat ont répondu aux questions du commissaire enquêteur ainsi que les services de la ville qui ont élaboré le projet et préparé le dossier mis à l'enquête. Ceux-ci en ont d'ailleurs détaillé les enjeux lors d'une visite de terrain avec le commissaire enquêteur.

Quatre permanences ont été tenues :

- Trois en mairie de Sélestat  
Le jeudi 19 mai de 9 heures à 12 heures  
Le lundi 23 mai de 9 heures à 12 heures  
Le mardi 14 juin de 9 heures à 12 heures
- Une à la mairie annexe du Heyden  
Le samedi 4 juin de 9 heures à 12 heures

#### **2) Sur les demandes des citoyens**

Deux personnes se sont déplacées en mairie à titre individuel pour s'exprimer au cours des permanences du commissaire enquêteur.

L'une pour se renseigner sur les règles d'affichage concernant les espaces près de son entreprise mais n'a pas formulé de demande particulière.  
La seconde pour proposer que la mairie puisse profiter des supports publicitaires pour mener des campagnes citoyennes en partenariat avec les publicitaires.

Aucune visite n'a été faite à la mairie annexe du Heyden et aucune observation portée sur le registre qui y était déposé.

Toutes les observations de ces citoyens figurent dans les registres et seront reprises dans le rapport final mais n'appellent pas de réponse de la mairie dans le cadre de cette enquête au niveau du PV de synthèse.

D'autres observations ont été faites en dehors des permanences du commissaire enquêteur auxquelles il faut répondre.

Madame Olga BOIDOT GUITARD, qui réside 2 place d'Armes au centre-ville demande pourquoi les vitrines de certains commerces restent allumées tard le soir et ne sont pas éteintes à une heure acceptable. Cette observation ne concerne pas le Règlement local de publicité mais la mairie peut y répondre si elle le souhaite.

Elle demande aussi pourquoi l'enseigne Leclerc route de Sainte-Marie-aux-Mines est autant visible lorsqu'on vient de Châtenois alors que le magasin n'est pas considéré comme faisant partie de l'entrée de ville et qu'il y a des bâtiments historiques visibles au-delà du magasin.

Deux autres personnes ont porté des observations anonymes sur le registre à la mairie de Sélestat.

La première concerne les limites d'agglomérations qu'il faudrait modifier car dans certaines zones actuellement considérées en agglomération il n'y a aucune forme de bâti.

La deuxième relève un problème de concordance entre ce qui est écrit dans le rapport de présentation, plus précisément dans la partie sur les choix retenus, et ce qui est écrit dans la partie réglementaire.

Toutes ces observations figurent dans les registres et seront reprises dans le rapport final en tenant compte des réponses apportées par la mairie.

### **3) Sur les réactions des professionnels**

Si les citoyens se sont peu exprimés sur le projet les professionnels ont pour leur part réagi.

L'union de la publicité extérieure, organisation représentative de la profession de l'affichage et de la publicité extérieure a souhaité obtenir le dossier qui lui a été transmis par la mairie mais n'a pas formulé de remarques ou de critiques en retour.

Les afficheurs locaux se sont par contre montrés plus critiques et deux d'entre eux se sont manifestés lors d'une permanence du commissaire enquêteur et ont « regretté ne pas être associés davantage en participant aux réunions organisées par la commune ».

### **La société IMAGEN**

Cette société exploite 2 panneaux de format 12m<sup>2</sup>, en ZPR 3 (chemin Strohsackweg, carrefour Maison Rouge).

La société IMAGEN fait remarquer que « *Le projet de règlement prévoit un format de 4m<sup>2</sup> en ZPR3 et un linéaire de façade de 40m* ». Elle souhaite ainsi attirer l'attention de la mairie sur la règle de densité qu'ils ont fixée et qui prévoit, article 2.3.1 du Règlement local de publicité, que : « *L'implantation d'une publicité ou d'une préenseigne n'est autorisée qu'à la condition que le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique de l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires* ». Elle voudrait donc que la règle de densité soit revue et que la longueur du côté bordant la voie ouverte à la circulation publique soit inférieure à 40 mètres.

En effet son application en l'état contraindrait la société à déposer les deux seuls panneaux qu'elle exploite à Sélestat.

Cette suppression représenterait selon les dires de la société IMAGEN une baisse de Chiffre d'affaires conséquente pour une petite entreprise locale qui se verrait lourdement pénalisée et fragilisée.

La société propose que soit autorisé un seul format d'affichage de 8 m<sup>2</sup> pour toutes les zones plutôt que de distinguer des superficies d'affichage selon les zones.

### **La société PUBLIMAT**

Cette proposition d'un format unique de 8 m<sup>2</sup> sur toute l'agglomération est reprise par la société PUBLIMAT.

La société souhaite également que la règle de densité soit revue et réduise la longueur du côté bordant la voie ouverte à la circulation publique nécessaire pour implanter un dispositif.

Ces propositions émises par des entreprises locales qui craignent pour l'impact du règlement sur leur chiffre d'affaires sont portées dans le Procès verbal de synthèse et méritent réponse de la mairie.

Toutefois, compte tenu de la nature du projet, assez sensible en terme d'environnement, et de la réelle publicité qui en a été faite, il peut être considéré que celui-ci a fait l'objet d'une consultation satisfaisante auprès de la population.

En l'état des informations reçues par le commissaire enquêteur à l'exception des inquiétudes légitimes des professionnels locaux de l'affichage et de la publicité extérieure, le projet de règlement local de publicité semble faire consensus.

#### **4) Sur l'équilibre général du projet présenté par la commune**

Le projet de règlement local de publicité présenté par la commune de Sélestat même s'il attire l'inquiétude des professionnels locaux apparaît comme raisonnable.

L'absence de réaction des organisations professionnelle représentatives au plan national est un signe que le projet est équilibré entre les enjeux économiques et l'objectif de préserver l'esthétique d'une agglomération et en particulier de ses entrées de villes assez dégradées par un affichage publicitaire trop prégnant.

Concernant l'équilibre général du projet et son inscription dans une politique d'aménagement et de développement durable du territoire, le commissaire enquêteur note que le conseil départemental dans son avis du 7 mars 2016 sur le Règlement local de publicité de Sélestat :

« Relève que ses orientations s'inscrivent en cohérence avec les enjeux et missions départementales dans la mesure où elles :

- participent à la valorisation de l'image du territoire et à l'amélioration du cadre de vie ;
- sont de nature à préserver la lisibilité de la signalisation routière et assurer la sécurité de la circulation ».

#### **5) Avis de la commission départementale de la nature des paysages et des sites.**

Le commissaire enquêteur note que la commission départementale de la nature des paysages et des sites, réunie le 22 février 2016 s'est prononcée favorablement à l'unanimité et en présence des représentants de professionnels de l'affichage sur le règlement local de publicité de la ville de Sélestat.

## 6) Les interrogations du commissaire enquêteur

Le commissaire enquêteur a noté l'amélioration qu'apporte le projet dans le domaine de la sécurité routière comme le souligne le conseil départemental.

Il s'interroge toutefois sur l'impact en termes de sécurité routière des panneaux lumineux déroulant au bord des carrefours giratoires et suggère une précision sur ce point dans le RLP.

C'est une recommandation qui sera reprise dans le rapport du commissaire enquêteur qui prendra en compte les réponses que lui aura fait le maître d'ouvrage au présent PV de synthèse.

## 7) Le Rapport final du commissaire enquêteur

A l'issue de l'enquête publique il apparaît au commissaire enquêteur que le rapport final devrait s'orienter vers un avis favorable assorti de diverses recommandations

- des recommandations en termes de sécurité routière.
- des recommandations d'insertion dans l'environnement reprenant l'avis circonstancié du conseil départemental.

Fait à Bernardswiller le 23 juin 2016

Le commissaire enquêteur

Michel Peraldi



**Mémoire en réponse au procès-verbal  
établi par le commissaire enquêteur Michel PERALDI  
sur le Projet de Règlement Local de Publicité (RLP)  
pour la Ville de Sélestat**

Préambule :

La commune de Sélestat a entrepris l'adoption d'un Règlement Local de Publicité (RLP) qui vise à adapter, au contexte local, les règles nationales qui s'appliquent aux publicités, aux enseignes et aux préenseignes.

Par arrêté municipal n°210/16 du 26 avril 2016, l'enquête publique a été organisée du 18 mai au 16 juin inclus.

La publicité de l'enquête publique s'est faite par la publication dans deux journaux d'annonces légales de l'avis d'enquête publique (DNA et l'Alsace), 15 jours au moins avant l'enquête publique, soit les 28 et 29 avril. Puis dans les 8 premiers jours qui ont suivi le début de l'enquête publique, soit le 19 mai (DNA et l'Alsace).

Aussi, les avis ont été affichés dans tous les lieux officiels d'affichage de la commune (certificat d'affichage) et diffusés sur les panneaux numériques d'information de la ville.

Enfin, l'enquête publique a été annoncée sur le site Internet de la Mairie de Sélestat.

Monsieur Michel PERALDI, commissaire enquêteur, a assuré 3 permanences en Mairie de Sélestat (9 place d'Armes) le jeudi 19 mai, le lundi 23 mai et le mardi 14 juin, ainsi qu'une permanence à la Mairie du Heyden (13 rue Franz Schubert) le samedi 4 juin. Toutes les permanences se sont déroulées le matin de 9h à 12h.

Monsieur le commissaire enquêteur fait état, dans son procès-verbal, qu'il nous a remis en date du 17 juin 2016, du déroulement de l'enquête publique et des réponses à fournir suite aux observations, propositions et contre-propositions recueillies au cours de l'enquête, ainsi qu'aux avis des personnes publiques associées.

Les observations, propositions, contre-propositions ainsi que les questions posées l'ont été d'abord par des citoyens qui ont participé à l'enquête publique à titre individuel et se sont présentées lors des permanences du commissaire enquêteur (I) mais également par des professionnels de l'affichage (II), par des anonymes hors des permanences du commissaire enquêteur (III) ainsi que par le commissaire enquêteur (IV).

**I- Observations formulées par le public lors des permanences du commissaire enquêteur**

A- Les observations

La première observation émane d'une personne qui a un emplacement prévu pour accueillir de la publicité et qui souhaitait savoir quelles étaient les prescriptions qui seraient applicables dans la zone où elle se trouve.

La seconde observation suggère que la Mairie puisse utiliser les supports publicitaires, en collaboration avec les afficheurs, pour mener des campagnes citoyennes.

B- La réponse du maître d'ouvrage

Le commissaire enquêteur a estimé que ces observations ne nécessitent aucune réponse de la part de la commune de Sélestat.

## C- Autres observations

Madame Olga BOIDOT GUITARD, qui réside 2 place d'Armes (centre-ville) demande : *pourquoi les lumières des magasins ne sont-elles pas éteintes en ville à une heure acceptable ? (Elle précise qu'elle ne sait pas si cela concerne l'enquête).*

Le RLP s'applique à la **publicité extérieure**, éventuellement peuvent être concernés les dispositifs lumineux (enseignes lumineuses, publicités lumineuses), à condition qu'ils soient en extérieur. Mais pour ce qui se passe à l'intérieur de tout local, cela ne relève pas du droit de l'affichage extérieur. Donc, il est vrai que cette remarque ne peut pas être prise en compte dans le cadre de cette enquête.

Néanmoins, la Ville de Sélestat, Territoire à Énergie Positive et Croissance Verte, est soucieuse de démarches permettant de réaliser des économies d'énergie. La Mairie s'intéressera à la question, en dehors de l'enquête publique relative au RLP.

*L'autre question concerne le magasin Leclerc, Route de Sainte-Marie-aux-Mines dont l'enseigne est trop visible lorsqu'on vient de Châtenois, alors que le magasin n'est pas considéré comme faisant partie de l'entrée de ville. Elle note aussi que l'enseigne serait dans le champ de visibilité de monuments historiques.*

Tout d'abord, **rien n'interdit qu'une enseigne soit visible hors agglomération**, par conséquent le fait qu'elle soit visible en arrivant depuis Châtenois ne constitue pas une infraction.

De même, sur les dimensions de l'enseigne, elles dépendent directement de la surface de la façade. L'enseigne ne peut pas faire plus de **15 % de la surface de cette façade** et compte tenu de la taille de celle-ci, il est normal que l'enseigne soit de dimensions importantes. Là encore les prescriptions du Code de l'Environnement sont respectées et il n'est pas possible d'intervenir.

D'ailleurs, le RLP ne prévoit pas de dispositions particulières concernant les enseignes donc la situation sur ce point ne devrait pas changer et ce, d'autant que la problématique ne concerne pas particulièrement les enseignes sur façades mais plutôt les **enseignes scellées au sol**, pour lesquelles le RLP prévoit de nouvelles règles plus strictes que la réglementation nationale.

S'agissant enfin de la visibilité de l'enseigne par rapport à certains monuments historiques.

S'il est vrai qu'il y a un **périmètre de protection de 100 mètres et de 500 mètres** autour des monuments historiques, en l'espèce, le magasin Leclerc ne se trouve dans aucun de ces périmètres. C'est pourquoi l'enseigne a pu être posée sans autorisation et sans avoir besoin de respecter des prescriptions particulières, autres que celles du Code de l'Environnement.

## II- Observations formulées par les professionnels

Malgré la similarité des demandes de la société IMAGEN et de la société PUBLIMAT, nous répondrons individuellement en ce qui concerne la règle de densité fixée par le RLP, car la situation des deux afficheurs est différente.

En effet, IMAGEN n'a que deux panneaux sur le territoire de la commune de Sélestat et avance comme argument le fait que l'entrée en vigueur du RLP l'obligerait à retirer ses deux panneaux.

Par ailleurs, en ce qui concerne la société PUBLIMAT, qui serait aussi impactée par le RLP, l'entrée en vigueur de celui-ci conduirait à une réduction du nombre de ses panneaux, mais pas une disparition de tous ses dispositifs.

En revanche, s'agissant des autres questions, nous y répondrons conjointement, celles-ci n'appelant pas à prendre en compte la situation individuelle de chaque afficheur.

*Serait-il possible de prévoir une règle de densité moins importante que celle actuellement prévue dans le projet de RLP qui est supérieure à 40m ?*

- IMAGEN

La société IMAGEN a actuellement deux panneaux publicitaires simple face posés sur une parcelle privée, située chemin Strohsackweg, carrefour Maison Rouge.

La règle de densité prévue par le RLP, qui est d'ailleurs applicable sur tout le territoire communal aggloméré, est la suivante : « *L'implantation d'une publicité ou d'une préenseigne n'est autorisée qu'à la condition que le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique de l'unité foncière est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaires* ».

Tandis que la règle de densité prévue dans le Code de l'Environnement permet qu'un dispositif publicitaire scellé au sol soit installé sur l'unité foncière dont la longueur bordant la voie ouverte à la circulation publique est inférieure ou égale à 40m.

Par conséquent, diminuer la règle de densité reviendrait, soit à reprendre les mêmes dispositions que le Code de l'Environnement, ce qui n'a aucun intérêt car cela équivaldrait à ne prévoir aucune disposition concernant la règle de densité ; soit à prévoir une règle de densité plus favorable que celle prévue par le Code de l'Environnement, ce qui ne correspondrait alors pas à la démarche poursuivie par la Ville de Sélestat et qui consiste à réduire la pression publicitaire.

De plus, un RLP, si l'on reprend les termes de l'article L.581-14 du Code de l'Environnement, permet de définir : « *une ou plusieurs zones où s'applique **une réglementation plus restrictive** que les prescriptions du règlement national* ». Et c'est le choix fait par la commune de Sélestat en instaurant une règle de densité plus restrictive que la règle nationale. D'ailleurs, c'était non seulement un choix, mais il n'aurait pas été possible légalement d'assouplir la réglementation, puisque le texte évoque « *une réglementation plus restrictive* », donc a contrario, une réglementation plus souple n'est pas envisageable, sauf, toujours selon cet article « *sous réserve des dispositions des articles L. 581-4, L. 581-8 et L. 581-13* ». S'agissant alors des lieux visés par les articles L.581-4, L.581-8 et L.581-13, la commune de Sélestat, qui a obtenu le label Ville d'art et d'histoire et qui a à cœur de valoriser le patrimoine sélestadien, ne souhaitait évidemment pas assouplir la réglementation dans ces zones.

Ensuite, nous ferons remarquer que même en l'absence d'adoption du RLP, IMAGEN aurait du déposer l'un de ses dispositifs. En effet, le terrain sur lequel sont implantés les deux panneaux fait moins de 40 mètres linéaires, par conséquent, il n'est possible d'installer sur cette parcelle qu'un seul dispositif publicitaire. Autrement dit, avant même l'adoption du RLP, les dispositifs sont en infraction avec les prescriptions nationales.

Enfin, la Mairie de Sélestat accorde une importance particulière aux entreprises locales et à leur bonne santé économique qui contribuent à la dynamique du territoire. Par conséquent, la règle de densité qui a été fixée n'empêche pas, concrètement, l'implantation de dispositifs publicitaires. Il existe sur l'agglomération de Sélestat des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres.

Il revient donc, le cas échéant, à la société IMAGEN de trouver d'autres emplacements pour installer ses panneaux. Elle pourra d'ailleurs bénéficier pour l'un d'entre eux du **délai de mise en conformité** qui est de **deux ans** (l'autre étant illégal du point de vue de la réglementation nationale, il peut être retiré avant l'entrée en vigueur du RLP ou, à défaut, il devra être déposé lors de l'entrée en vigueur du RLP).

- PUBLIMAT

La société PUBLIMAT a plus de dispositifs publicitaires qu'IMAGEN, donc, si l'entrée en vigueur du RLP aura certainement des effets, comme pour IMAGEN, il lui revient d'anticiper et de profiter du délai de mise en conformité de 2 ans (pour les dispositifs en conformité) pour trouver d'autres emplacements afin d'installer ses publicités.

Nous ajouterons, et cela vise n'importe quel afficheur, qu'en ZP2 la règle de densité permet : *« Par exception, pour les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est supérieur à 80 ml, **un dispositif supplémentaire peut être installé par tranche de 80 ml supplémentaire, à condition de respecter une distance de 80 ml entre chaque dispositif** ».*

Par ailleurs, en ZP3 : *« Par exception, **plusieurs dispositifs publicitaires** peuvent être implantés sur le domaine ferroviaire à condition de respecter une distance minimale de 150 mètres linéaires entre chaque dispositif ».*

#### Conclusion :

C'est pourquoi, même si le RLP applique une règle de densité plus sévère que la règle nationale, ce qui est autorisé ; les afficheurs ne se retrouvent pas dans l'incapacité de poser tout dispositif publicitaire, mais au contraire, peuvent, sous certaines conditions en installer plusieurs.

Il pourront également, pour s'adapter à la nouvelle règle de densité et palier à la disparition de certains panneaux, changer leurs dispositifs qui sont pour le moment essentiellement simple ou double faces, en les remplaçant par des **dispositifs déroulant ou Trivision**, ce qui leur permettra d'avoir une capacité d'affichage équivalente.

*Pourquoi ne pas prévoir un format d'affichage unique de 8m<sup>2</sup> sur toute l'agglomération ?*

Dans un premier temps il convient de rappeler que le RLP a pour but **d'adapter aux spécificités locales** les règles nationales applicables en matière de publicité. Spécificités que nous évoquons dans la partie sur les **orientations assignées au RLP**.

La zone du centre-ville (ZP1) est celle où la dimension des dispositifs est la plus réduite (**2m<sup>2</sup>**), car on y trouve un patrimoine architectural, historique et urbain de grande valeur qu'il convient de protéger en tant que tel mais aussi pour ses atouts touristiques. Ceci ne permet donc pas que des dispositifs de trop grandes dimensions soient installés.

Dans la ZP3 (secteur aggloméré/résidentiel), dans une moindre mesure par rapport au centre-ville, là aussi les règles ont été durcies concernant la dimension des publicités (**4m<sup>2</sup>**).

Il est nécessaire, dans cette zone, de réduire la pression publicitaire pour améliorer le cadre de vie des sélestadiens. Cela passe par une meilleure intégration des dispositifs dans leur environnement et la réduction de leur impact visuel.

Il s'agit également d'assurer une plus grande sécurité des usagers du domaine public qui sont moins gênés par la présence de panneaux.

C'est pour cela que la dimension de 4m<sup>2</sup> a été retenue, les publicités restent visibles mais sont moins envahissantes et s'insèrent mieux dans le paysage.

Dans la ZP2, **le RLP ne prévoit pas d'aggravation des dispositions nationales**. Donc la superficie des dispositifs publicitaires reste de **12m<sup>2</sup>**. Une fois de plus, comme pour la règle de densité, la commune a tenu compte des besoins des acteurs économiques notamment en terme de visibilité. C'est ce qui explique que dans cette zone, composée de la Z.I. Nord et de la Zone artisanale au Sud, les dispositions nationales restent applicables.

## Conclusion :

Par conséquent, si le RLP prévoit 3 zones avec, dans chacune d'elle, un format pour les dispositifs publicitaires qui est différent, c'est pour répondre aux spécificités de chacune de ces zones mais toujours en cohérence avec les besoins des acteurs économiques qui s'y trouvent.

*Les nouvelles dispositions du RLP auraient pour conséquence le retrait de plusieurs dispositifs donc une baisse du chiffre d'affaires pour ces entreprises locales.*

Comme nous l'avons déjà évoqué, l'adoption d'un RLP a pour but de **réduire la pression publicitaire**, ce qui implique nécessairement la disparition de certains dispositifs. Pour autant, cette décision prend largement en considération les besoins des entreprises sélestadiennes car un nombre trop important de publicités nuit à leur lisibilité ce qui aboutit à un effet inverse de celui recherché, à savoir attirer l'attention du public.

Dès lors, nous sommes bien conscients que, malgré les suggestions que nous avons faites (trouver d'autres emplacements, dispositifs déroulant/Trivision) des panneaux disparaîtront définitivement et ne pourront pas être remplacés. Cela induira nécessairement une baisse du chiffre d'affaires des afficheurs mais qui restera **proportionnée** par rapport aux objectifs poursuivis par la Ville de Sélestat.

### **III- Observations formulées par des anonymes hors des permanences du commissaire enquêteur**

*Un citoyen a suggéré que les limites d'agglomération soient modifiées car les limites actuelles recouvrent des parties où il n'y a en réalité aucun bâti. Hors des limites d'agglomération la publicité est interdite.*

Les limites d'agglomération sont un élément important car, effectivement, hors agglomération la publicité est interdite, tandis qu'elle est autorisée en agglomération. Il faut ajouter à cela que les panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération ne sont pas un critère pour déterminer si l'on se trouve hors ou en agglomération. La jurisprudence opère une appréciation *in concreto* et regarde s'il y a présence (on est alors en agglomération) ou absence (on est alors hors agglomération) de **bâti rapproché**.

Par conséquent, il est possible que les limites d'agglomération soient à revoir, si leur modification permet, tout en collant à la réalité du terrain, de faire sortir des zones de l'agglomération où la publicité sera désormais interdite.

*Une autre personne relève des problèmes de rédaction dans le RLP. Certaines dispositions ne seraient pas rédigées de manière identique entre le rapport de présentation et la partie réglementaire.*

Nous avons vérifié et effectivement des différences de rédaction ont été observées.

Dans le rapport de présentation nous indiquons qu'en ZP2 : « sur une unité foncière, une seule enseigne scellée au sol, par activité, est autorisée par côté bordant la voie ouverte à la circulation publique ; **cette règle s'appliquant même aux enseignes de moins d'1m<sup>2</sup>** ».

Pourtant, dans la partie réglementaire, nous avons repris la même règle en ZP2, mais nous avons oublié de mentionner les enseignes de moins d'1m<sup>2</sup>. Il s'agit évidemment d'une erreur de rédaction et nous souhaitons que cette règle s'applique aussi aux enseignes de moins d'1m<sup>2</sup> car cette disposition a pour objectif de lutter contre « la surenchère et la concentration d'enseignes, notamment de petits formats, sur une même unité foncière ».

Aussi, concernant le mobilier urbain, dans le rapport de présentation il est prévu que : « la publicité lumineuse **autre que les dispositifs supportant des affiches éclairées par projection ou transparence est interdite** sur les éléments de mobilier urbain ». Or, en ZP2,

dans la partie réglementaire, cette disposition n'apparaît pas tandis qu'elle est présente pour la ZP1 et la ZP3. Il s'agit donc d'un oubli de notre part.

#### **IV- Observations formulées par le commissaire enquêteur**

*Le commissaire enquêteur s'interroge sur l'impact, en terme de sécurité routière, des panneaux lumineux déroulant au bord des carrefours giratoires. Il suggère d'ailleurs une précision sur ce point dans le RLP.*

Il n'y a actuellement qu'un seul panneau publicitaire lumineux. Plus précisément, celui-ci est à la fois une enseigne (liée à l'activité Ford sur le terrain duquel il est apposé) et une publicité (diffusant des messages destinés à informer/attirer l'attention du public).

Ce panneau est installé au niveau d'un giratoire lorsqu'on arrive sur Sélestat. Son implantation avait d'ailleurs suscité une certaine agitation, mais force est de constater qu'**il respecte la législation nationale.**

De plus, un RLP a pour objectif la protection du cadre de vie et n'a pas pour objectif principal d'améliorer la sécurité routière. En revanche, la jurisprudence a admis de longue date que les RLP peuvent, par leurs prescriptions, avoir « *pour effet d'améliorer la sécurité de la circulation automobile* » (CE 13 novembre 1992, *Sté Affichage Fiacchetti*).

Néanmoins, la question pourrait se poser du point de vue de la sécurité routière. Toutefois, dans les faits, l'adoption du RLP aurait pour effet :

Dans les ZP1 et ZP3 (respectivement centre-ville et secteur aggloméré) **d'interdire** les dispositifs lumineux sauf ceux éclairés par projection ou par transparence. Ce type de dispositif se retrouvant de fait, interdit.

Dans la ZP2, le maintien de l'autorisation d'installer des dispositifs lumineux mais avec une limitation des dimensions à **2m<sup>2</sup>** et une **extinction entre 22h et 6h**, ce qui réduirait largement leur impact visuel et le probable danger qu'ils pourraient représenter pour les automobilistes.

Sélestat, le 30 juin 2016

Le Maire,



**Marcel BAUER**

**Vice-Président du Conseil Départemental  
du Bas-Rhin**