



ENQUÊTE PUBLIQUE

CONCERNANT

*Relative au Règlement Local de Publicité
intercommunal (RLPi) de la Communauté de
Communes Frasne-Drugeon (CFD)*

CONCLUSIONS et AVIS MOTIVÉ

Siège de l'enquête publique : CC Frasne-Drugeon
ENQUÊTE PUBLIQUE
du
1 décembre 2025 au 15 décembre 2025

Commissaire Enquêteur : ROUECHE Hervé

SOMMAIRE des CONCLUSIONS et AVIS MOTIVÉ

	Page
1. Conclusions motivées	3
1.1 Rappel de l'objet de l'enquête publique et du cadre général du projet	3
1.2 Quant à la régularité de la procédure d'enquête	4
1.3 Quant aux dispositions du projet RLPI et son adéquation avec les documents supérieur	5
1.4 Quant aux incidences sur le territoire	6
1.5 Quant à la concertation du public	8
1.6 Quant aux consultations et avis des PPA	9
1.7 Quant au règlement du RLPI vis-à-vis du Règlement National de Publicité	10
1.8 Conclusion générale	11
2. Avis du Commissaire Enquêteur	12

1. Conclusions motivées

1.1 Rappel de l'objet de l'enquête publique et du cadre général du projet

La communauté de communes du Plateau de Frasne et du Val du Drugeon se situe dans le département du Doubs en région Bourgogne-Franche-Comté. Elle compte 10 communes et 6 266 habitants.

L'objet de l'enquête publique est l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi), la Communauté de Communes Frasne-Drugeon (CFD). La CFD a souhaité réglementer et harmoniser l'ensemble de la publicité extérieure (publicités, enseignes et pré-enseignes) afin d'assurer la préservation de son patrimoine bâti et naturel, dans le but de valoriser ses paysages et le cadre de vie de ses habitants.

Par délibération du conseil communautaire en date du 30 janvier 2024, la CFD s'est donnée les objectifs suivants en matière de publicité extérieure :

- Préserver et améliorer le cadre de vie et la qualité paysagère du territoire en limitant et réglementant les implantations de dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes,
- Favoriser l'harmonie et la cohérence des publicités, enseignes et pré-enseignes afin de rendre plus visible les entreprises et commerces de proximité pour les rendre plus attractif,
- Protéger l'image du territoire en tenant compte des centres anciens, du patrimoine bâti, paysager et naturel,
- Préserver les entrées et les axes structurants du territoire, notamment en veillant à la qualité des zones d'activités situées sur les axes passants,
- Valoriser les parcours et les sites touristiques, ainsi que les itinéraires en faveur des modes de déplacements doux,
- Prendre en compte les exigences en matière de développement durable concernant les dispositifs consommateurs d'énergie ou source de pollution lumineuse,
- Tenir compte des nouveaux procédés et des nouvelles technologies en matière de publicité.

Une concertation avec la population, les associations, les professionnels ainsi que les personnes publiques a été conduite durant l'élaboration du document durant l'année 2025. La présente enquête publique permet de poursuivre l'information du public et de recueillir les observations relatives au RLPI proposé.

Le projet étant porté par la communauté de commune de Frasne-Drugeon c'est par l'arrêté n°2025-08 en date du 07/11/2025 de Monsieur le Président de la communauté de commune de Frasne-Drugeon Métropole a prescrit l'enquête publique pour le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal.

1.2 Quant à la régularité de la procédure d'enquête

1.2.1 Sur le dossier d'enquête publique

Le dossier constitué par la CFD et soumis à l'enquête publique comporte toutes les pièces nécessaires à l'enquête, à savoir :

- Pièce A : Note présentation et pièces administratives
- Pièce B : Elaboration du RLPI
 - B.1-Pièces administratives RLPI
 - B.2-RLPi arrêté

Le dossier du projet de RLPI permet au lecteur de bien comprendre les enjeux afin qu'il puisse, s'il le souhaite, apporter une contribution éclairée.

Le Commissaire Enquêteur conclut que le dossier était complet. Il était lisible, accessible et permettait de comprendre facilement les enjeux du projet pour toutes personnes non averties.

1.2.2 Sur le déroulement de l'enquête publique

Le déroulement de l'enquête a été dûment détaillé dans le rapport d'enquête publique. Il en ressort ce qui suit :

- ✓ Le commissaire enquêteur a été régulièrement désigné par ordonnance n° E25000096/25 de la Présidente du Tribunal Administratif de Besançon en date du 22 octobre 2025 ;
- ✓ L'enquête publique s'est déroulée pendant une durée de 15 jours conformément à toutes les modalités fixées dans l'arrêté d'ouverture signé par Monsieur le Président de la CCFD Christian VALLET le 7 novembre 2025 ;
- ✓ Les diverses obligations relatives aux mesures de publicité et délais afférents (affichage et diffusion de l'avis d'enquête) ainsi que celles concernant les possibilités offertes au public de consulter le dossier, de déposer des observations et de rencontrer le Commissaire Enquêteur lors des permanences programmées ont été dûment satisfaites;
- ✓ Le registre d'enquête a été clos par le Commissaire Enquêteur au terme de l'enquête ;
- ✓ Un procès-verbal de synthèse des observations a été rédigé et transmis à la CFD. Un mémoire en réponse a été produit par le pétitionnaire ;
- ✓ Aucun incident n'a été à déplorer.

S'agissant de la participation du public, elle a été très faible car seulement deux observations ont été recueillies.

En conclusion, les différentes étapes de la procédure d'enquête publique ont été respectées dans leurs formes et délais. Le respect des formes prescrites ainsi que de toutes les

formalités s'avèrent indiscutables et vérifiables. Sauf incident ignoré, la consultation du projet de Règlement Local de Publicité intercommunale de la CFD s'est déroulée conformément aux règlements législatifs qui l'encadrent.

Le Commissaire Enquêteur considère que la procédure a été régulière et a permis au public d'obtenir toutes les informations souhaitées et qu'il a eu toutes facultés d'exprimer ses demandes, de faire ses observations dans des conditions très satisfaisantes.

1.3 Quant aux dispositions du projet RLPI et son adéquation avec les documents supérieurs

1.3.1 Vis-à-vis du Schéma de Cohérence Territorial (SCoT)

Le SCOT du Pays du Haut-Doubs affirme des orientations fortes et structurantes en faveur de la préservation et de la mise en valeur des paysages ainsi que du patrimoine naturel et bâti du territoire. Dans ce cadre, le RLPI constitue un outil opérationnel de mise en œuvre de ces objectifs en instaurant un encadrement strict des dispositifs publicitaires, en particulier au sein des secteurs à forte sensibilité paysagère et patrimoniale tels que les sites Natura 2000, les abords de monuments historiques et les sites inscrits. Par ailleurs, le règlement contribue à améliorer la qualité du cadre de vie et la lisibilité urbaine en renforçant l'harmonisation des enseignes, notamment au cœur des centralités, afin de concilier attractivité économique et respect des identités locales.

Le RLPI apparaît donc en adéquation avec le SCoT du Pays du Haut-Doubs.

1.3.2 Vis à vis du Plan climat-air-énergie territorial (PCAET)

Le PCAET a pour objectifs majeurs de maîtriser et de réduire les consommations énergétiques, de limiter les émissions lumineuses et de prévenir les différentes nuisances environnementales, dans une logique globale de transition écologique. Le RLPI s'inscrit pleinement dans cette stratégie en traduisant ces orientations en règles opérationnelles concrètes. Il prévoit notamment l'extinction nocturne des dispositifs publicitaires et des enseignes lumineuses entre 21h et 7h, contribuant ainsi à la réduction des consommations d'énergie et de la pollution lumineuse. Par ailleurs, le règlement encadre la taille, la hauteur et l'implantation des dispositifs les plus énergivores, tout en limitant strictement le recours aux dispositifs numériques, particulièrement consommateurs d'énergie et générateurs de nuisances visuelles. L'ensemble de ces dispositions participe à la sobriété énergétique du territoire, à l'amélioration du cadre de vie des habitants et au renforcement de la résilience environnementale, en parfaite cohérence avec les objectifs et les orientations du PCAET.

1.4 Quant aux incidences sur le territoire

1.4.1 Incidence sur la protection du patrimoine

Le RLPI renforce la protection directe des secteurs patrimoniaux en interdisant la publicité dans les espaces sensibles tels que les abords des monuments historiques, les sites patrimoniaux remarquables, les sites inscrits ou encore certains espaces naturels protégés (article P1). Cette interdiction évite toute concurrence visuelle avec les éléments patrimoniaux et permet de préserver les vues, les perspectives et la lisibilité des édifices et paysages à forte valeur historique ou culturelle.

Il contribue également à la préservation du patrimoine bâti grâce à des règles strictes d'implantation et d'intégration des enseignes. L'article E2 impose le respect de l'architecture des bâtiments et interdit toute pose sur les éléments décoratifs remarquables (encadrements en pierre, piliers, blasons, etc.). Ces prescriptions limitent les altérations du bâti ancien et garantissent une signalétique plus discrète et adaptée au caractère patrimonial des lieux.

Enfin, le RLPI protège les ambiances patrimoniales, notamment nocturnes, en encadrant fortement l'éclairage des dispositifs lumineux. Les obligations d'extinction nocturne des publicités et enseignes (articles P3, E7 et I1) réduisent les nuisances lumineuses et évitent la mise en lumière excessive ou inappropriée des sites patrimoniaux. Cette maîtrise de l'éclairage contribue à une perception plus sobre, plus authentique et respectueuse du patrimoine, de jour comme de nuit.

En conclusion, le RLPI constitue un outil efficace de protection du patrimoine en encadrant strictement la publicité, les enseignes et les dispositifs lumineux. Par des interdictions ciblées dans les secteurs sensibles, des exigences fortes d'intégration architecturale et une maîtrise de l'éclairage nocturne, il permet de préserver la lisibilité, l'authenticité et les ambiances des sites et bâtiments patrimoniaux. Il concilie ainsi les besoins de signalisation des activités avec la valorisation durable du patrimoine et du cadre de vie, au service de l'identité et de l'attractivité du territoire.

1.4.2 Incidences sur les paysages et le cadre de vie

Le RLPI a des incidences positives sur les paysages en encadrant strictement la présence des dispositifs publicitaires et des enseignes. Les règles de densité et de limitation du nombre de dispositifs (article P2) ainsi que les restrictions de surface, de hauteur et d'implantation des enseignes (articles E3 à E6) permettent de réduire l'encombrement visuel et la saturation de l'espace public. Ces dispositions contribuent à préserver les perspectives, les silhouettes urbaines et la qualité des entrées d'agglomération.

Il favorise également une meilleure intégration paysagère et architecturale des enseignes. L'article E2 impose le respect de l'architecture des bâtiments, de la composition des façades et des éléments décoratifs, en interdisant les implantations inadaptées. Cette exigence limite les ruptures visuelles, renforce la cohérence des paysages urbains et villageois et participe au maintien de l'identité et du caractère des lieux.

Enfin, le RLPI améliore le cadre de vie, notamment en période nocturne, grâce à l'encadrement de l'éclairage des dispositifs lumineux. Les obligations d'extinction nocturne des publicités et enseignes (articles P3, E7 et I1) réduisent les nuisances lumineuses et créent des ambiances nocturnes plus apaisées. En maîtrisant à la fois l'impact visuel et lumineux, le règlement contribue à un environnement plus sobre, plus confortable et plus qualitatif pour les habitants.

En conclusion, le RLPI constitue un outil structurant pour la préservation des paysages et l'amélioration du cadre de vie. En limitant la densité, les dimensions et l'implantation des dispositifs, en imposant leur intégration architecturale et en maîtrisant l'éclairage nocturne, il réduit durablement les nuisances visuelles et lumineuses. Il permet ainsi de concilier l'expression des activités économiques avec la qualité des paysages, le confort des habitants et l'identité du territoire, dans une logique de sobriété et d'équilibre.

1.4.3 Incidences de l'éclairage nocturne et des dispositifs lumineux

Le RLPI a une incidence forte et directe sur l'éclairage nocturne et les dispositifs lumineux. Il impose l'extinction des publicités, préenseignes et enseignes lumineuses pendant la nuit, en général entre 21 h et 7 h, avec des adaptations liées aux horaires d'activité. Cette obligation met fin à l'éclairage permanent des dispositifs lumineux en dehors des périodes d'usage, réduisant nettement les émissions lumineuses nocturnes et la consommation électrique associée.

Par ailleurs, le RLPI limite le nombre, la surface et la nature des dispositifs lumineux, notamment des enseignes numériques, qui sont parmi les plus énergivores et les plus visibles la nuit. En restreignant leur taille, leur implantation et leur multiplication, il réduit la densité de points lumineux artificiels, contribue à la lutte contre la pollution lumineuse, améliore la qualité du ciel nocturne et favorise un éclairage plus sobre, plus ponctuel et mieux adapté aux besoins réels.

1.4.4 Conclusion globale sur les incidences du projet

En conclusion, le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal présente des incidences globalement positives sur le territoire. Il permet une meilleure maîtrise de la publicité, des enseignes et des dispositifs lumineux en limitant leur nombre, leurs dimensions et leurs conditions d'implantation. Cette régulation réduit les nuisances visuelles et lumineuses, contribue à la sobriété énergétique et améliore la qualité des ambiances, notamment nocturnes.

Le projet renforce également la protection des paysages et du patrimoine, en préservant les perspectives, les sites sensibles et l'architecture des bâtiments, tout en favorisant une intégration plus harmonieuse des enseignes dans leur environnement. Il participe ainsi à la valorisation du cadre de vie, à la lisibilité des espaces urbains et ruraux et à la cohérence de l'aménagement du territoire.

Enfin, le RLPI constitue un outil d'équilibre entre développement économique et intérêt général. Il autorise une signalétique adaptée aux activités tout en encadrant strictement les excès, répondant aux objectifs de protection de l'environnement, de qualité paysagère et de bien-être des habitants, dans une logique de développement durable à l'échelle intercommunale.

1.5 Quant à la concertation du public

La concertation menée dans le cadre de l'élaboration du RLPI a permis d'informer les acteurs institutionnels, les élus locaux, les professionnels et les habitants, tout en recueillant leurs observations sur le projet. Les modalités prévues ont été respectées, avec la mise à disposition de documents, l'ouverture de registres, la diffusion d'informations et l'organisation de réunions dédiées. La participation est restée globalement limitée, mais elle a permis d'identifier les principaux points de vigilance et d'explication attendus autour de la réglementation de la publicité extérieure.

Les réunions avec les Personnes Publiques Associées ont mis en évidence la nécessité d'un encadrement strict des dispositifs publicitaires, en cohérence avec le code de l'environnement. Les échanges ont porté sur les publicités et préenseignes, les enseignes sur toiture, les dispositifs numériques et les totems en zones d'activités. Les PPA ont également souligné l'intérêt de supports pédagogiques pour faciliter la compréhension et l'application du futur règlement, ainsi que l'importance d'une vigilance particulière sur les enseignes numériques et leur contenu.

La réunion publique du 6 mai 2025 a permis de répondre aux interrogations du public, principalement sur le pouvoir de police de la publicité, les règles applicables aux manifestations locales, aux panneaux immobiliers et aux enseignes temporaires. Les échanges ont également porté sur les procédures de mise en conformité des dispositifs non réglementaires et sur les limites du RLPI, qui ne peut pas régulariser des situations déjà contraires à la réglementation nationale.

Les contributions écrites ont été peu nombreuses et n'ont pas conduit à des modifications majeures du projet. Les remarques formulées, notamment sur les abords des stades et les préenseignes temporaires, ont reçu des réponses rappelant le cadre réglementaire strict et l'impossibilité d'accorder des dérogations locales. Dans l'ensemble, la concertation a permis de consolider le projet de RLPI, de clarifier ses objectifs et son champ d'application, sans remettre en cause ses orientations fondamentales.

Ainsi, au regard des actions menées et des modalités mises en œuvre, la concertation s'est déroulée conformément aux exigences légales et réglementaires applicables à l'élaboration d'un RLPI. L'information du public et des personnes publiques associées a été assurée de manière continue et transparente, les outils de participation ont été effectivement mis à disposition et les observations recueillies ont fait l'objet de réponses motivées. La procédure de concertation peut donc être regardée comme régulière et juridiquement sécurisée.

1.6 Quant aux consultations et avis des PPA

1.6.1 Avis des personnes publiques associées

Il nous apparaît que l'avis des personnes publiques associées est un atout pour faire évoluer positivement le projet de RLPI.

Ces avis nous ont éclairés et nous ne doutons pas que le pétitionnaire y sera également sensible et prendra en compte les propositions utiles à une amélioration du projet, notamment celles concernant la réserve de l'Etat sur la réintroduction, à titre dérogatoire de la publicité sur le mobilier urbain et l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

1.6.2 Avis des communes

Sur les 10 communes invitées à donner leur avis seules les communes de Dompierre les Tilleuls et de Bonnevaux ont émis un avis favorable au RLPI. En l'absence d'avis des autres communes dans les délais impartis, ils sont réputés comme favorable.

1.7 Quant au règlement du RLPI vis à vis de Règlement National de Publicité

Voici les points sur lesquels le RLPI adapte ou modifie les dispositions nationales :

1- Publicités et Préenseignes

- **Réintroduction de certaines publicités (Article P1)** : Le RLPI réintroduit, par exception, la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain et les emplacements destinés à l'affichage d'opinion, même dans les lieux où la publicité est interdite par le Code de l'environnement (monuments historiques, sites patrimoniaux remarquables, etc.).
- **Densité (Article P2)** : Le RLPI introduit une règle de densité qui limite l'installation à une unique publicité ou préenseigne apposée sur un mur ou une clôture aveugle par unité foncière (côté voie de circulation). Il limite également à une seule sur le domaine public au droit de l'unité foncière. Le RNP n'impose pas de densité spécifique sur les murs ou clôtures aveugles.
- **Extinction nocturne (Article P3)** : Le RLPI impose l'extinction des publicités éclairées par projection et transparence entre 21 heures et 7 heures. Le RNP par défaut impose généralement l'extinction entre 1h et 6h du matin ou suit l'horaire de l'éclairage public. Le RLPI avance donc l'heure d'extinction.

2- Enseignes

- **Interdiction d'emplacement (Article E1)** : Le RLPI interdit spécifiquement les enseignes sur les auvents ou les marquises, les garde-corps (sauf portails), et les toitures ou terrasses en tenant lieu. Ces interdictions sont plus précises que le RNP, qui interdit l'installation sur les toitures et terrasses en tenant lieu par défaut (sauf exceptions).
- **Intégration et suppression (Article E2)** : Il renforce les exigences d'intégration architecturale et de prise en compte des enseignes existantes. Il impose aussi la suppression de l'enseigne et la remise en état des lieux dans les trois mois suivant la cessation de l'activité.
- **Saillie des enseignes perpendiculaires (Article E3)** : La saillie est limitée au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sans pouvoir excéder 1 mètre. Le RNP limite la saillie à 1 mètre sans cette règle du dixième.
- **Enseignes scellées au sol (> 1m²)** : Le RLPI fixe des surfaces maximales plus restrictives : 2 mètres carrés (portés à 4 m² en zone d'activités) et une hauteur maximale de 4 mètres (portée à 5 mètres en zone d'activités).
- **Enseignes numériques (Article E7)** : Le RLPI les limite à une unique enseigne par établissement et fixe une surface maximale de 1 mètre carré (portée à 2 m² en zone d'activités).

3- Publicités/Enseignes/Préenseignes en vitrine

- **Extinction nocturne (Article I1)** : L'extinction pour les dispositifs lumineux/luminescents en vitrine/baie est fixée entre 21 heures et 7 heures (avec la tolérance d'une heure en cas d'activité entre 20h et 8h).
- **Surface maximale pour les dispositifs numériques (Article I2)** : La surface cumulée est limitée à 1 mètre carré pour les dispositifs numériques en vitrine.

En résumé, le RLPI de la CFD est **plus restrictif** que le Règlement National de Publicité, notamment en imposant des horaires d'extinction plus tôt, des limites de surface et de densité plus strictes, et des interdictions d'emplacement plus spécifiques.

1.8 Conclusion générale

En conclusion, le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal présente des incidences globalement positives sur le territoire en assurant une meilleure maîtrise de la publicité, des enseignes et des dispositifs lumineux. En encadrant leur nombre, leurs dimensions et leurs conditions d'implantation, il permet de réduire les nuisances visuelles et lumineuses, de favoriser la sobriété énergétique et d'améliorer la qualité des ambiances, notamment nocturnes. Le projet renforce également la protection des paysages et du patrimoine en préservant les perspectives, les sites sensibles et l'architecture, tout en encourageant une intégration plus harmonieuse des dispositifs dans leur environnement.

Par ailleurs, le RLPI constitue un outil d'équilibre entre le développement économique et l'intérêt général. Il maintient la possibilité pour les activités économiques et commerciales de disposer d'une signalétique adaptée et lisible, tout en encadrant strictement les excès susceptibles de porter atteinte au cadre de vie. À ce titre, il contribue à la valorisation des espaces urbains et ruraux, à la cohérence de l'aménagement du territoire et répond aux objectifs de protection de l'environnement, de qualité paysagère et de bien-être des habitants, dans une logique de développement durable à l'échelle intercommunale.

2. AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Après étude du dossier soumis à enquête publique,

Vu la régularité de la procédure appliquée à l'enquête publique et son déroulement (§1.2),

Vu les différents échanges avec le service de la CFD,

Vu le rapport ci-joint et les conclusions ci-dessus exprimées,

J'ai l'honneur d'émettre un :

AVIS FAVORABLE

pour le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de la Communauté de Communes Frasne-Drugeon

Reserve :

Aucune réserve.

Recommandation :

Aucune recommandation.

Fait et clos le 12 janvier 2026

Le Commissaire Enquêteur
Hervé ROUECHE

