



**COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION  
MULHOUSE ALSACE AGGLOMÉRATION**  
Sous la présidence de Fabian JORDAN  
Président

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS**  
**DU CONSEIL D'AGGLOMÉRATION**  
**Séance du 27 septembre 2021**

**66 élus présents (103 en exercice, 11 procurations)**

**M. Jean-Luc SCHILDKNECHT est désigné secrétaire de séance.**

**REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL DE MULHOUSE  
ALSACE AGGLOMERATION : BILAN DE LA CONCERTATION ET ARRET DU  
PROJET (532/2.1.2/466C)**

Le Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) définit les règles à l'égard de la publicité, des enseignes et pré enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.

Il permet d'adapter, au niveau local, des règles plus qualitatives que celles définies par le Code de l'environnement.

L'enjeu principal de la démarche est d'améliorer le cadre de vie des habitants de l'agglomération mulhousienne tout en respectant le droit des acteurs économiques à s'exprimer au travers de la publicité, afin de vendre leurs produits et services.

En effet, la réglementation locale doit éviter deux écueils :

- l'interdiction totale de la publicité sur l'ensemble du territoire : l'article L.581-1 du Code de l'environnement énonce que « chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur » ;
- édicter des interdictions pour des motifs ne relevant pas du domaine de l'environnement et de la protection des paysages, notamment ceux liés à la sécurité routière.

Le 9 décembre 2019, le conseil d'agglomération de m2A a prescrit l'élaboration du Règlement Local de Publicité intercommunal de l'agglomération mulhousienne. Ce dernier devra être approuvé avant octobre 2022, date de caducité de la plupart de RLP communaux.

La présente délibération concerne l'arrêt du projet élaboré et travaillé depuis le lancement de la démarche.

Lors de cette dernière, le conseil d'agglomération a défini 6 objectifs auxquels devra répondre le projet de réglementation en la matière :

1. Améliorer la qualité du paysage urbain, résidentiel et d'activités, afin de renforcer l'attractivité résidentielle et économique de l'agglomération mulhousienne
2. Intégrer les enjeux du développement durable
3. Préserver la trame verte et bleue
4. Protéger les secteurs patrimoniaux
5. Renforcer l'attractivité des pôles commerciaux
6. Harmoniser la réglementation, notamment sur les axes structurants de l'agglomération

## **1. Les modalités de la concertation**

Conformément à l'article L103-2 du Code de l'urbanisme, la délibération de lancement a également défini les modalités suivantes de mise en œuvre de la concertation :

- la mise à disposition d'un dossier de concertation à la Direction Urbanisme, Aménagement et Habitat de m2A, 33 avenue de Colmar à Mulhouse, aux heures d'ouverture au public et dans les communes concernées, accompagné d'un registre permettant au public de faire part de ses observations, durant toute la durée de l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal ;
- la mise en ligne du dossier de concertation sur le site de m2A ([www.mulhouse-alsace.fr](http://www.mulhouse-alsace.fr)) avec la possibilité pour le public de formuler des observations par voie électronique (courriel) ou par voie postale (courrier adressé à Monsieur le Président de Mulhouse Alsace Agglomération, 2 rue Pierre et Marie Curie 68948 Mulhouse Cedex 9) ;
- une réunion publique dont le compte rendu de la réunion a été mis à disposition du public à la Direction de l'Urbanisme, Aménagement et Habitat de m2A et publié sur le site internet de la collectivité ;
- une réunion technique avec les Personnes Publiques Associées (PPA) et les acteurs socio-professionnels : associations de protection du paysage, professionnels de l'affichage publicitaire, représentants des commerçants, dont le compte-rendu a été mis en ligne.

## **2. Le bilan de la concertation**

Les réunions de concertation se sont tenues :

- o les 20 janvier et 15 septembre 2020, avec les associations de défense de l'environnement et deux membres du Conseil de développement :

- Alsace Nature, Alternatiba, Paysage de France, Résistance à l'Agression Publicitaire (RAP), Sites et Monuments ;
- le 22 septembre 2020, avec les professionnels de l'affichage : Clear Chanel, JC Decaux, Exterion Media, Oxialive, Urba city & Publimat ;
  - le 28 septembre 2020, avec les représentants des commerçants : Association des commerçants du Kaligone et du pôle 430, Chambre de Métiers, Chambre de Commerce et d'Industrie, service commerce de la Ville de Mulhouse ;
  - le 19 janvier 2021, avec les acteurs institutionnels : Direction Départementale des Territoires (DDT), Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine (UDAP), Collectivité Européenne d'Alsace, Chambre d'Agriculture d'Alsace ;
  - le 23 mars 2021, en visioconférence, avec les représentants de l'ensemble des Personnes Publiques Associées, désignées ci-dessus ;
  - l'association Résistance à l'Agression Publicitaire et la société Decaux ont par ailleurs été reçues, à leur demande, par les représentants de Mulhouse Alsace Agglomération et de la Ville de Mulhouse.

La Collectivité Européenne d'Alsace, la Chambre de Métiers et la Chambre d'Agriculture ont également fait part de leurs observations en envoyant un courriel à m2A.

Par ailleurs, la Préfecture du Haut-Rhin, les Associations Paysage de France, Résistance à l'agression publicitaire (RAP 68) et l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) ont également envoyé leurs observations par courrier.

Par contre, aucune remarque n'a été rédigée sur les registres mis à disposition du public à la Direction de l'Urbanisme, Aménagement et Habitat de m2A et dans les mairies des communes.

Sept personnes ont envoyé un message à l'adresse dédiée au RLPi : [concertation.rlp@mulhouse-alsace.fr](mailto:concertation.rlp@mulhouse-alsace.fr).

## **2.1. Les associations de défense de l'environnement**

La concertation a donc permis aux acteurs concernés et aux habitants du territoire de l'agglomération mulhousienne d'exprimer leur point de vue et de participer à l'élaboration du projet de RLPi.

Les observations des associations de défense de l'environnement et des professionnels ont essentiellement porté sur la publicité. Le sujet des enseignes a globalement moins été abordé.

Les associations de défense de l'environnement ont globalement une image négative de la publicité. Elles souhaitent par conséquent réduire au maximum le nombre de dispositifs publicitaires. La publicité numérique concentre leurs critiques.

Dans un communiqué commun, les associations Paysages de France, Résistance à l'Aggression Publicitaire (RAP 68), Alternatiba Mulhouse, COP 21 Mulhouse et Alsace Nature demandent :

- la limitation à 2 m<sup>2</sup> des dispositifs scellés au sol et à 4 m<sup>2</sup> des dispositifs muraux,
- l'interdiction de toute publicité scellée au sol le long des axes principaux,
- une réglementation identique sur l'ensemble du territoire de Mulhouse Alsace Agglomération,
- le maintien de l'interdiction de toute publicité aux abords des monuments historiques,
- une simplification de la réglementation,
- le retrait immédiats des « nombreux » dispositifs aujourd'hui non conformes,
- l'interdiction de la publicité et des enseignes numériques sur tout le territoire de l'agglomération.

Si le projet de RLPi ne répond pas à l'ensemble de ces attentes, son application réduirait sensiblement l'impact de la publicité sur les paysages de l'agglomération. Les dispositifs de grande taille (plus de 2 m<sup>2</sup>) sont ceux qui impactent le plus les paysages de l'agglomération. Leur réduction est la priorité de ce RLPi : en effet, après son adoption, **60 % des dispositifs de 8 à 12 m<sup>2</sup> actuellement installés deviendront non conformes.**

Un effort significatif est donc proposé en matière de réduction de la publicité extérieure et d'amélioration du cadre de vie. Cet effort aura, le cas échéant, une traduction financière non négligeable pour les sociétés d'affichage, mais aussi pour les communes les plus concernées qui verront les recettes de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE) diminuer sensiblement.

Par ailleurs, d'autres propositions des associations ont été reprises : formulée lors de la réunion publique du 6 juillet 2021, la proposition d'interdire la publicité aux abords des établissements scolaires a été intégrée dans le projet de RLPi.

## **2.2. Les professionnels de l'affichage**

A l'opposé, les représentants des professionnels de l'affichage trouvent le projet de RLPi trop ambitieux témoignant ainsi de la volonté d'équilibre de l'agglomération. Ils s'inquiètent des restrictions supplémentaires qui seraient induites par la nouvelle réglementation. D'après l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), l'application du projet de RLPi réduirait de 58 % le parc des dispositifs publicitaires sur le domaine privé, ce qui diminuerait selon eux l'attractivité de la publicité extérieure par rapport à d'autres médias, notamment la publicité en ligne.

La société Oxialive, qui commercialise exclusivement des panneaux numériques de grands formats, serait la plus impactée. Selon elle, la limitation des dispositifs numériques de 8 m<sup>2</sup> aux seuls pôles commerciaux majeurs de l'agglomération met en péril sa présence sur le territoire de l'agglomération mulhousienne.

Par ailleurs, l'ensemble des afficheurs a demandé que des règles claires régissent la suppression des dispositifs qui deviendront non conformes en raison de

l'application de la nouvelle réglementation, notamment celles afférentes à la densité.

En effet, à Mulhouse comme à Colmar, la densité des dispositifs publicitaires est encadrée par l'application d'une règle d'interdistance entre les panneaux de plus de grand format. C'est le cas dans l'ensemble des RLP actuellement en vigueur dans les communes de l'agglomération mulhousienne. Le projet de RLPi prévoit la reconduction de cette règle. Les afficheurs soulèvent deux observations à ce sujet :

- l'application d'une règle d'interdistance aux dispositifs existants aboutit à la mise en non-conformité de certains dispositifs *par rapport* à d'autres. L'Union pour la Publicité Extérieure préférerait que le RLPi limite la densité des dispositifs en fonction de la longueur du linéaire sur rue des unités foncières, comme c'est le cas à Strasbourg ;
- si la règle d'inter-distance est maintenue, les afficheurs demandent que des règles claires soient prévues concernant la suppression des panneaux surnuméraires.

Au sujet de la règle de densité, comme indiqué ci-dessus, le projet de RLPi prévoit de s'inscrire dans la continuité et de conserver la règle d'interdistance qui est aujourd'hui la règle dans tous les RLP de l'agglomération mulhousienne. En réponse à la demande des afficheurs, des règles précises ont été prévues pour savoir quels dispositifs devront être déposés en priorité, lorsque plusieurs panneaux deviendront non conformes les uns par rapport aux autres : le mobilier urbain sera ainsi maintenu en priorité, puis les dispositifs muraux...

Des professionnels de l'affichage ont également demandé que la règle de densité ne s'applique pas au mobilier urbain de grand format (les 2 m<sup>2</sup> ne sont pas concernés) car les communes maîtrisent son implantation. Ce point a fait l'objet de nombreux débats. Dans le projet proposé, la règle de densité s'applique à tous les dispositifs de 8 à 12 m<sup>2</sup>, y compris au mobilier urbain. Cependant, afin de tenir compte du caractère spécifique de l'information publique portée sur le mobilier urbain, il est proposé que lorsque plusieurs dispositifs deviennent non conformes les uns par rapport aux autres, le mobilier urbain soit maintenu en priorité.

### **2.3. Les représentants des entreprises**

Concernant les représentants des entreprises, les chambres consulaires - et tout particulièrement la Chambre de Métiers - ont émis des réserves quant aux restrictions apportées à la pose des enseignes.

En matière d'enseignes, l'esprit du projet de RLPi est de s'inscrire dans la continuité afin de continuer à permettre aux entreprises locales de pouvoir signaler efficacement leur présence.

Si dans la plupart des zones, les dimensions maximales autorisées sont proches de la réglementation nationale, le projet de RLPi prévoit d'être plus restrictif concernant les supports où les enseignes pourront être apposées. Il est ainsi proposé d'interdire la pose d'enseignes sur les clôtures, aveugles ou non, ainsi que

sur les balcons. Il est également proposé d'interdire l'utilisation des bâches comme support, ainsi que les enseignes clignotantes. Ces dispositions font l'objet de critiques de la part de la Chambre de Métiers qui estime que de nombreux artisans doivent pouvoir utiliser ces supports pour signaler leur présence.

Cependant, la pose d'enseignes sur les clôtures et balcons ainsi que l'utilisation de bâches dégradent significativement les paysages. Aussi, en accord avec l'objectif d'amélioration du cadre de vie, il vous est proposé de les interdire.

#### **2.4. Les partenaires institutionnels**

Les partenaires institutionnels du projet, et tout particulièrement les services de l'Etat, se sont montrés soucieux de la qualité des paysages et de l'encombrement de l'espace public par différents dispositifs : publicités et enseignes mais aussi signalétique routière qui doit être visible de manière prioritaire.

Le débat avec les représentants de l'Etat a tout particulièrement porté sur la protection des abords des monuments historiques et sur l'implantation de dispositifs numériques au centre-ville de Mulhouse.

La réglementation nationale prévoit aujourd'hui un périmètre d'interdiction de la publicité de 500 mètres autour des monuments historiques lorsqu'il y a covisibilité entre un dispositif publicitaire et un monument (c'est-à-dire en tout lieu où la publicité et le monument sont visibles simultanément).

Cependant, l'article L581-8 du Code de l'environnement permet de déroger à cette règle. En accord avec les services de l'Etat, le périmètre de 500 mètres a été maintenu, à l'exception du mobilier urbain de 2 m<sup>2</sup> entre 100 et 500 mètres et du mobilier urbain lié aux transports en commun et aux stations Vélocité entre 0 et 100 mètres. L'Architecte des Bâtiments de France souhaite cependant l'interdiction de la publicité numérique au centre-ville de Mulhouse. En réponse, le projet de RLPi prévoit une telle interdiction, à l'exception de certaines rues stratégiques. Pour information, le mobilier urbain ne supporte de la publicité que de manière accessoire : au moins 50 % du contenu diffusé est constitué d'informations municipales. La publicité numérique constitue un nouvel outil technologique qui permet de communiquer avec la population, avec une réactivité inégalée. Son usage lors de la période d'urgence sanitaire a fait la preuve de son utilité.

#### **2.5. Le projet de RLPi**

Le projet proposé en annexe de la présente délibération répond par conséquent à 2 objectifs : il affirme avec force la volonté de Mulhouse Alsace Agglomération et de ses communes membres d'améliorer le cadre de vie des habitants et de renforcer l'attractivité de leur territoire. Mais il permet également aux acteurs économiques de pouvoir être visibles au travers de leurs enseignes et de communiquer sur leurs offres de biens et de services grâce à la publicité.

Dans ce cadre, ce projet donne clairement la priorité à l'amélioration de la qualité du cadre de vie et au renforcement de l'attractivité résidentielle et économique de l'agglomération. Il est en effet plus restrictif que tous les RLP actuellement en vigueur sur le territoire de m2A. Il aboutira à la mise en non-conformité de 60 %

des dispositifs 8 – 12 m<sup>2</sup>, actuellement implantés sur le territoire de l'agglomération mulhousienne, à savoir les dispositifs de grands formats, qui sont les plus pénalisants sous l'angle paysager.

De plus, il induira un effort financier important pour certaines communes dont les recettes issues de la Taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) vont sensiblement diminuer.

Le bilan complet de la concertation est annexé à la présente délibération.

### **3. La collaboration avec les communes**

Par ailleurs, conformément aux articles L581-14 et L153-8 du Code de l'urbanisme, Mulhouse Alsace Agglomération a élaboré le RLPi en collaboration avec les communes membres, dans le respect des modalités prévues par la charte de gouvernance approuvée le 20 mai 2019 par le Conseil d'Agglomération.

L'objectif de la collectivité est de garantir à la fois la cohérence du projet à l'échelle de l'agglomération mulhousienne et la prise en compte de la diversité et de la richesse de ses territoires. Pour aboutir à cet équilibre, la co-construction avec les Maires et les représentants des communes de l'agglomération a été permanente.

Mulhouse Alsace Agglomération a tout d'abord consulté individuellement les représentants de chaque commune afin de réaliser un diagnostic partagé sur la situation des publicités et des enseignes sur leur territoire, sur la réglementation en vigueur, et pour recenser leurs souhaits concernant le futur RLPi.

Ces entretiens ont été réalisés au cours de l'été 2019. Ils ont fait l'objet d'une restitution le 17 septembre 2019, lors de la première réunion du comité de pilotage du RLPi, qui a regroupé les Maires de l'agglomération mulhousienne. Il s'est par la suite réuni les 8 septembre 2020 et 16 février 2021 afin de définir, débattre et arbitrer les grandes lignes de la future réglementation. Il a également permis de rendre compte de la concertation et de l'intégrer au processus d'élaboration.

Par ailleurs, à chaque étape de la procédure d'élaboration du RLPi, la Conférence Intercommunale des Maires de Mulhouse Alsace Agglomération a été consultée en amont. Le RLPi a ainsi été à l'ordre du jour des séances suivantes :

- Le 7 décembre 2019, elle a validé la prescription du RLPi,
- Le 8 mars 2021, elle a débattu des orientations du RLPi,
- Le 6 juillet 2021, elle a pris connaissance des résultats de la concertation et débattu des derniers ajustements avant arrêt.

#### **4. Les orientations du RLPI**

Le 15 mars 2021, le conseil d'agglomération a débattu des orientations du RLPI et en a retenu cinq :

1. Préserver les identités paysagères de l'agglomération mulhousienne, qu'elles soient naturelles ou bâties :
  - Protéger les espaces verts et patrimoniaux, les entrées de Ville, les voies d'eau et les quartiers d'habitation remarquables.
  - Limiter les dispositifs publicitaires dans les zones résidentielles et les zones d'activités économiques non commerciales.
2. Valoriser les cœurs historiques et les centralités de l'agglomération ;
3. Améliorer la qualité paysagère des axes structurants ;
4. Maintenir et renforcer l'attractivité des zones commerciales périphériques ;
5. Réduire l'empreinte carbone de la publicité en encadrant le développement des nouvelles technologies d'affichage.

Ces orientations ont été approuvées à l'unanimité des votes exprimés lors du conseil d'agglomération du 15 mars 2021.

Couplées aux résultats de la concertation, elles ont donné naissance au projet de règlement figurant en annexe de la présente délibération.

#### **5. Le contenu du Règlement Local de Publicité Intercommunal :**

##### **5.1. Le RLPI comprend :**

##### **- Un rapport de présentation :**

- Partie 1 : le diagnostic avec 2 annexes
  - Annexe 1 : liste des immeubles protégés au titre du code du patrimoine et des sites protégés au titre du code de l'environnement,
  - Annexe 2 : état des lieux des communes dans lesquelles la réglementation nationale s'applique,
- Partie 2 : les orientations
- Partie 3 : les justifications des choix retenus

##### **- Une partie réglementaire avec 3 annexes**

- Annexe 1 : Liste des immeubles protégés au titre du code du patrimoine (monuments historiques) et des sites protégés au titre du code de l'environnement.
- Annexe 2 : Plan de zonage sur l'ensemble du territoire de m2A et atlas cartographique par commune
- Annexe 3 : Plan des périmètres de publicité restreinte au titre de la protection du patrimoine



- Annexe 4 : Arrêtés municipaux fixant les limites des agglomérations et le plan des limites d'agglomération de Mulhouse Alsace Agglomération ;

## 5.2. Les grandes lignes du projet de Règlement Local de Publicité intercommunal :

Le projet proposé a pour objectif d'améliorer le cadre de vie du territoire de l'agglomération mulhousienne. Il reprend certaines dispositions actuellement en vigueur dans les RLP de l'agglomération pour les généraliser à l'ensemble du territoire et renforcer la qualité des paysages urbains. L'application de ce projet réduira sensiblement le nombre de dispositifs de grands formats sur le territoire de l'agglomération mulhousienne, tel que précisé ci-dessous.

Sur l'ensemble du territoire de l'agglomération mulhousienne, la publicité serait ainsi interdite :

- le long des voies d'eau
- à moins de 5 m d'un arbre de plus de 3 m
- autour des espaces verts
- aux entrées d'agglomération
- sur les murs de clôtures, aveugles ou non
- sur les bâches, y compris les bâches de chantier
- aux abords des établissements scolaires

Les zones résidentielles, les centres-villes de Mulhouse, Illzach et Brunstatt-Didenheim, les espaces urbains considérés comme sensibles et les zones d'activité constituent la majorité du territoire de l'agglomération mulhousienne. Les possibilités d'implanter des dispositifs publicitaires y sont significativement réduites.

Sur la plupart des axes structurants de l'agglomération, les grands panneaux de 8 à 12 m<sup>2</sup>, sont autorisés, mais leur densité est limitée : une inter-distance de 100 mètres doit être maintenue entre tous dispositifs.

Par contre, les grands pôles commerciaux sont des espaces dévolus à l'expression des différentes formes de publicité : la réglementation nationale s'y appliquera.

7 zones correspondant à 7 typologies de territoire sont créées, avec les principaux éléments de règle qui suivent.

- **Zone 1** : correspond à certains axes de circulation majeurs de l'agglomération : Une inter-distance de 100m est requise entre tous dispositifs publicitaires hors mobilier urbain de moins de 2 m<sup>2</sup>. La publicité numérique est autorisée jusqu'à 2 m<sup>2</sup> dans les communes qui accueillent les principaux pôles commerciaux (Mulhouse, Wittenheim, Kingersheim, Illzach).
- **Zone 2** : correspond globalement aux quartiers résidentiels : Seuls les dispositifs publicitaires de 2 mètres carrés maximum, sur mobilier urbain, sont autorisés. La publicité numérique est interdite.

- **Zone 3** : correspond aux espaces qui ont été identifiés comme particulièrement sensibles : abords des espaces verts, quartiers urbains ou villageois remarquables : la publicité y est interdite, à l'exception de celle installée sur le mobilier urbain dédié aux transports en commun et à Vélocité.
- **Zone 4 : zones économiques**
  - o **4.1.** correspond aux pôles commerciaux majeurs du Kaligone, du pôle 430, de Mulhouse Dornach et de l'île Napoléon : la réglementation nationale s'applique,
  - o **4.2.** correspond aux zones d'activités qui regroupent commerces et autres activités : la réglementation nationale s'applique sauf en matière de publicité numérique, qui y est interdite,
  - o **4.3.** correspond aux zones d'activités non commerciales et aux grands équipements publics : seuls les dispositifs publicitaires de 2 mètres carrés maximum, sur mobilier urbain, sont autorisés. La publicité numérique y est interdite.
- **Zone 5, centre-ville de Mulhouse, d'Illzach et de Brunstatt-Didenheim** : Seule la publicité de 2 m<sup>2</sup> sur mobilier urbain est autorisée.

Vu le code général des collectivités territoriales,

Vu le code de l'environnement, notamment ses articles L. 581-14-1 et suivants,

Vu le code de l'urbanisme, notamment ses articles L. 103-2 et suivants,

Vu l'arrêté préfectoral du 14 novembre 2019 portant extension des compétences de m2a au « règlement local de publicité »,

Vu les 9 règlements de publicité en vigueur,

Vue la délibération du Conseil d'Agglomération en date du 9 novembre 2019 prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi) de Mulhouse Alsace Agglomération, définissant les objectifs poursuivis, les modalités de la concertation et les modalités de la collaboration avec les communes membres,

Vu les échanges et débats qui se sont tenus avec les représentants des communes lors du Comité de pilotage du RLPi, le 16 février 2021,

Vu le débat délibération du Conseil d'Agglomération en date du 15 mars 2021 portant sur le débat d'orientation sur Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPi)

Vu les échanges et débats qui se sont tenus avec les communes au sein du comité de pilotage du RLPi, le 16 février 2021,

Vu le débat qui a eu lieu au sein du Conseil d'Agglomération lors de sa séance du 15 mars 2021 sur les d'orientations générales du projet de Règlement Local de Publicité Intercommunale (RLPi),

Vu les délibérations des Conseils municipaux des communes membres de l'agglomération portant débat sur les orientations du projet de RLPi,

Vu le projet de RLPi présenté en conférence de Maires le 5 juillet 2021,

Vu le bilan de la concertation annexé à la présente délibération,

Vu le projet de RLPi,

Considérant les objectifs poursuivis par m2A dans le cadre de l'élaboration du RLPI,  
Considérant le diagnostic réalisé sur le territoire de m2A et la synthèse ci-dessus exposée,

Considérant les orientations données au projet de RLPI par le conseil d'agglomération,

Considérant que la concertation s'est déroulée conformément aux dispositions de l'article L 103-2 du Code de l'urbanisme et aux modalités prescrites par le Conseil d'Agglomération dans le cadre de sa délibération en date du 9 décembre 2019 prescrivant l'élaboration du RLPI,

Considérant que la démarche de concertation mise œuvre tout au long de l'élaboration du RLPI et en particulier aux étapes clés du projet, a permis aux habitants, aux usagers du territoire et aux associations de s'informer, de débattre et de s'exprimer sur le projet de RLPI et ainsi de participer à son élaboration,

Considérant que les travaux de co-construction avec les communes et les différents partenaires ainsi que la concertation menée auprès du public ont permis d'élaborer un projet qui concilie protection du cadre de vie et liberté d'expression,

Considérant que le projet de RLPI permettra de préserver l'attractivité de l'agglomération en limitant l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie et les paysages, d'harmoniser la réglementation locale sur le territoire tout en tenant compte des spécificités des communes au vu, notamment, des acquis des 9 règlements locaux existants, mais aussi d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques de notre territoire et de la renforcer,

Considérant que le projet de RLPI est prêt à être arrêté,

Après en avoir délibéré, le Conseil d'Agglomération :

- arrête le bilan de la concertation mise en œuvre à l'occasion de l'élaboration du projet de règlement local de publicité intercommunal, dont les modalités correspondent à celles définies par délibération du Conseil d'Agglomération en date du 9 décembre 2019, annexé à cette délibération ;
- arrête le projet de Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPI) tel qu'il est annexé à la présente délibération ;
- précise que la présente délibération, accompagnée du bilan de la concertation et du RLPI arrêté, sera soumise pour avis aux communes membres de Mulhouse Alsace Agglomération, aux personnes publiques associées, à la Commission Départementale de la Nature, des Sites et des Paysages (CDNPS), ainsi que, à leur demande, aux communes limitrophes, aux EPCI directement intéressés, à la commission départementale de la consommation des espaces agricoles, ainsi qu'à l'établissement public chargé du SCoT ;

- précise que, conformément aux dispositions des articles R.153-20 et R.153-21 du Code de l'urbanisme, la présente délibération sera affichée pendant un mois au siège de Mulhouse Alsace Agglomération, 2 rue Pierre et Marie Curie et dans les mairies des communes membres. Mention de cet affichage sera par ailleurs insérée en caractères apparents dans un journal diffusé dans le département. Enfin elle sera publiée au recueil des actes administratifs ;
- autorise le Président ou son représentant à signer toutes les pièces contractuelles nécessaires.

PJ :

- 1. Bilan de la concertation
- 2. Rapport de présentation
- 3. Règlement
- 4. Annexe au règlement 1 et 2
- 5. Annexe au règlement 3.1.
- 6. Annexe au règlement 3.2.
- 7. Annexe au règlement 4

Abstentions (2) : Nina CORMIER (représentée par Loïc MINERY) et Loïc MINERY.  
La délibération est adoptée à l'unanimité des suffrages exprimés.

CERTIFIE CONFORME  
Le Président



Fabian JORDAN