

PRÉFECTURE DE L'ISÈRE

# ENQUÊTE PUBLIQUE

PROJET

de

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

de la commune de

VOIRON (ISÈRE)

LE RAPPORT

DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

DUVAL JEAN-MARC

Enquête n° E 22000119 /38

Du 19 septembre au 21 octobre 2022

Arrêté municipal n° DST.U - 2022.1056 du 04 août 2022

Rapport d'enquête publique  
par le commissaire enquêteur

DUVAL Jean-Marc

Sommaire

Introduction : l'objet de l'enquête

I La préparation de l'enquête : l'approche du commissaire enquêteur

A L'étude du projet : un projet de règlement assez bien dimensionné

- 1 Des documents de présentation accessibles au public
- 2 Un projet de règlement quelque peu confus

B Les visites de terrain : un projet de règlement nécessaire, mais peut-être pas suffisant

- 1 Une nécessité pour une large part avérée
- 2 Une suffisance en question

II Le déroulement de l'enquête : les observations du public

A L'approche quantitative : des voironnais assez peu concernés par le projet en cause

B L'approche qualitative : un public dans l'ensemble défavorable au projet en cause

III Les enseignements de l'enquête : l'analyse du commissaire enquêteur

A Les compléments d'information à disposition du public et du commissaire enquêteur

- 1 Les documents intégrés au dossier soumis à la présente enquête publique
- 2 Les échanges entre le commissaire enquêteur et le représentant de la commune

B La mise en perspective de l'ensemble des arguments en lice

- 1 L'approche globale
- 2 Le cas des dispositifs publicitaires lumineux et numériques
- 2 L'approche par le contenu

Conclusion : l'avis du commissaire enquêteur

## Introduction : l'objet de l'enquête

Porte (Ouest) du Parc Naturel Régional de Chartreuse, la commune de Voiron s'étend, de 222 à 846 mètres d'altitude sur une superficie d'environ 30 km<sup>2</sup>, au pied du célèbre massif montagneux devant son nom et sa notoriété tant à la très ancienne implantation conventuelle en son sein de l'ordre des moines chartreux qu'à la liqueur qu'y est fabriquée par ces derniers. Elle se situe à quelques kilomètres au nord en venant de Lyon, de la « Cluse de Voreppe », laquelle marque l'entrée par la vallée de Grenoble, distante d'une quinzaine de kilomètres, dans les « Alpes Monumentales ». Elle se trouve ainsi localisée dans l'aire géographique de l'unité urbaine de la capitale alpine et relève, de ce fait, pour ce qui est de l'élaboration de ses documents d'urbanisme de l'Etablissement Public du Schéma de Cohérence Territoriale de la Région urbaine de Grenoble. Pour autant, elle n'est pas intégrée à la Communauté d'Agglomération Grenoble-Alpes-Métropole. En effet, elle fait partie avec, aujourd'hui, 31 communes regroupant quelques 94 000 habitants, de la Communauté d'Agglomération du Pays Voironnais.

Comprenant, d'une part, la plaine de l'Isère par laquelle transitent les principales voies de communication reliant Grenoble à Lyon et Valence, d'autre part, les collines du Voironnais qui accueillent un habitat riche et diversifié au sein d'une ville centre, Voiron, de 20 000 habitants et de plusieurs petites villes qui telles Moirans et Voreppe accueillent ensembles, quasiment d'un seul tenant, 17 500 habitants et, enfin, le Val d'Ainan, le lac de Paladru et les contreforts de la Chartreuse réputés pour leur potentiel touristique et leur patrimoine, le Pays Voironnais constitue un pôle d'équilibre à l'échelle de la partie nord de l'entité territoriale considérée et conserve ainsi une relative autonomie par rapport à l'hyper centre grenoblois. Il le doit, bien sûr, à Voiron laquelle restitue à ses habitants l'ensemble des grandes fonctions urbaines et des grands services à la population d'une véritable ville. Mais il le doit, aussi, à l'essor, depuis 1971, sur les territoires de Moirans et de Voreppe de la zone d'activité de Centr'Alp accueillant aujourd'hui plus de 200 entreprises occupant 6 000 salariés pour constituer le deuxième espace économique de la région urbaine de Grenoble aussi bien pour les activités de production traditionnelle que pour les activités de haute technologie. Et il le doit, enfin, à la poursuite et au développement de ses échanges avec le secteur Bièvre-Valloire Chartreuse. Pour autant, le Voironnais n'a pas été épargné par le phénomène de périurbanisation lié à l'extension de la métropole grenobloise. Caractérisé par l'attractivité, en termes d'habitation et de logement, de communes de dimensions plus modestes offrant, à proximité des lieux de travail et de services, un cadre de vie agréable, ce phénomène bien connu des spécialistes se traduit aujourd'hui sous la forme d'une « résidentialisation » des

communes concernées accompagnée d'une « commercialisation » des grands axes routiers qui les traversent ainsi que de leurs abords.

Voiron, à cet égard, se trouve néanmoins placé dans une situation quelque peu singulière. En effet, la région urbaine grenobloise est littéralement coupée en deux par les massifs, d'une part, de la Chartreuse et, d'autre part, du Vercors, au niveau de la « Cluse de Voreppe », laquelle divise en deux, non seulement, le pays voironnais lui-même, mais aussi la zone d'activité Centr'Alp pour constituer une limite naturelle, à tous points de vue, à l'influence du pôle urbain grenoblois. Située au-delà de ladite cluse, la commune échappe ainsi, au moins pour partie, au phénomène de périurbanisation généré par le développement et l'extension de ce dernier. Mais, étant elle-même une ville centre, voir même avec son hôpital et sa salle de spectacles « Le Grand Angle » un pôle d'équipement supérieur, elle génère elle-même aussi bien en son sein qu'à sa périphérie dans les communes voisines, notamment celles de Coublevie (environ 5 200 habitants) et Saint-Jean de Moirans (environ 3 200 habitants) dont les zones d'habitation ne sont séparées de celle de Voiron que par la D 592, sa propre influence sur l'évolution urbanistique du territoire considéré. En constante augmentation depuis la Révolution (5 000 habitants en 1800), la population voironnaise se stabilise depuis les années 2000 autour de 20 000 habitants. Travaillant pour une bonne part sur place, elle se regroupe dans un centre ancien fortement urbanisé constitué autour du croisement de la D 1075, de la D 520 et de la D 592, principales voies des communications qui la traversent de part en part, pour se répartir ensuite, de manière de plus en plus diffuse et diversifiée, le long et autour de ces voies au sein d'un triangle fermé à l'ouest par la D 1076 et au sud par la D 592 sur environ un quart du territoire de la commune. Des zones d'activités, souvent très imbriquées tant avec les zones d'habitation qu'avec des terres arables, au nord, le long de la D 1075 et au sud le long de la D 592, un peu moins à l'ouest de long de la D 1076 viennent brouiller les limites de l'agglomération communale au sens du Code de la route pour porter à 31,61 % la part des sols artificialisés au sein d'un territoire communal, par ailleurs constitué de 43,87 % de terres agricoles et de 25,53 % de forêts et de milieux semi-naturels.

Il en résulte que fortement contraint physiquement en termes d'espaces à l'est et au sud, le territoire de Voiron se trouve également fortement contrant juridiquement parlant dans les autres directions. En effet, terres agricoles ainsi que forêts et milieux semi-naturels doivent être préservés, d'une part, en tant que tels, notamment de l'étalement urbain, tant par la réglementation nationale que par la réglementation locale en matière d'urbanisme et ce alors même que la seule production agricole bénéficiant d'une appellation concerne le secteur de vignobles relevant de l'IGP « Coteaux du Grésivaudan et, d'autre part, en tant que paysages et cadre de vie et ce, alors même qu'aucune portion du territoire de la commune n'est comprise dans l'aire géographique du Parc Naturel Régional de la Chartreuse, ni même de l'aire de production et de transformation du « Bois de Chartreuse », seule AOP de la filière bois en France. En tout état de cause, la publicité y est interdite. Pour le reste, Voiron doit sa notoriété, y compris à l'international, davantage à la liqueur de Chartreuse, un moment distillée sur place mais dont il ne reste plus depuis 2017 qu'un seul foudre de production et des caves de vieillissement, à la chocolaterie Bonnat et ses 2 000 points de vente dans le monde ou encore aux skis Rossignol créés au début de XX<sup>ème</sup> siècle par un menuisier passionné de ski mais dont le siège social est aujourd'hui situé à Saint-Jean de Moirans qu'à son patrimoine historique, à dominante religieuse, certes d'une indéniable intérêt tant sur le plan quantitatif que sur le plan qualitatif, mais dont seule l'Eglise Saint-Bruno de Voiron construite au

XIX<sup>ème</sup> siècle en hommage semble-t-il au fondateur du Monastère, et le Monument aux morts édifié par le sculpteur Gaston Dintrat sont aujourd'hui classés Monuments historiques. Ceci étant, un tel patrimoine n'en suscite pas moins des enjeux liés à l'identité même de la cité voironnaise et, par voie de conséquence, des enjeux liés aux paysages et au cadre de vie de l'ensemble de son territoire.

La Municipalité de Voiron a néanmoins attendu jusqu'au 12 juin 1998 pour, dans le cadre de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes, pour se doter la commune d'un règlement local de publicité. Celle-ci, en effet, posait pour la première fois le droit pour chacun « *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* ». Mais dans le but « *d'assurer la protection du cadre de vie* », elle permettait, non seulement au législateur lui-même, mais aussi, au pouvoir réglementaire, de fixer, par le biais d'un Règlement National de Publicité, les règles qui leur sont applicables sur l'ensemble du territoire national et, enfin, aux autorités de police administrative locales d'instituer des zones de publicité restreinte ou élargie « *où la publicité est soumise à des prescriptions spéciales fixées par les actes instituant ces zones* ». Toutefois, la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant Engagement National pour l'Environnement, codifiée aux articles L.581-1 et suivants du code de l'environnement, est venue élargir le dispositif de protection à des objectifs plus vastes incluant notamment les paysages ruraux ou urbains, la lutte contre les pollutions visuelles et/ou la réduction de la facture énergétique, rendant obsolètes, à la fois, le Règlement National et les règlements locaux de publicité. En conséquence de quoi, un nouveau Règlement National de Publicité a été adopté par un décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 et il a été décidé que les communes avaient, sous peine de caducité des ceux-ci, jusqu'au 13 juillet 2020 pour mettre en conformité leurs propres règlements avec le nouveau Règlement National. La commune de Voiron s'étant engagée dans cette voie par une délibération en date du 24 juin 2020 n'a pu cependant, probablement pour des raisons liées, non seulement, à la crise sanitaire, mais aussi, à la tenue des élections locales au début de celles-ci, faire aboutir son projet dans les formes identiques à celles de d'une modification du plan local d'urbanisme prescrites par le code de l'environnement avant l'extinction dudit délai. Celle-ci n'étant certainement pas la seule dans ce cas, le législateur a prorogé ce délai de 6 mois jusqu'au 14 janvier 2021, délai qu'une fois encore la commune n'a pu tenir. Si bien que le règlement de 1998 doit être aujourd'hui considéré comme caduc et que la publicité extérieure, sur le territoire de la commune de Voiron, demeure réglementée par le seul Règlement national issu du décret n°2012-118 du 30 janvier 2012 sans, pour autant que cette circonstance puisse faire obstacle à la poursuite de la démarche engagée en vue de l'élaboration d'un nouveau règlement local. In fine, après plusieurs délibérations, le projet de révision du règlement local de publicité a été adopté par une délibération en date du 11 mai 2022.

En conséquence, conformément aux dispositions conjointes des codes de l'environnement et de l'urbanisme relatives à la participation du public en la matière, le maire de la commune de Voiron, par l'intermédiaire de son adjoint chargé de l'environnement et de l'urbanisme Monsieur Anthony MOREAU, a, par une lettre enregistrée au greffe du Tribunal administratif de Grenoble le 1<sup>er</sup> juillet 2022, sollicité du Président de celui-ci la désignation d'un commissaire enquêteur en vue de conduire une enquête publique ayant pour objet le « *Projet règlement local de publicité de la*

commune de Voiron (Isère) ». Par une décision n° E22000119 /38 en date du 13 juillet 2022, ledit Président a désigné Monsieur DUVAL Jean-Marc, Docteur en Droit, Maître de Conférences des Universités (Droit public) à la retraite pour conduire l'enquête susmentionnée et l'en a informé par courriel le jour même. Au cours d'un premier rendez-vous fixé au lundi 25 juillet suivant, ce dernier a rencontré Madame Christel BARACH, cheffe du service urbanisme et foncier pour un premier échange au cours duquel il a pu mettre en forme un projet de calendrier de l'enquête et s'est fait remettre une première version du dossier à mettre à la disposition du public en vue de celle-ci. In fine, c'est par un arrêté n° DST.U - 2022.1056 en date du 04 août 2022 que Monsieur Julien POLAT, maire de Voiron a décidé de l'ensemble du dispositif comme suit :

Durée de l'enquête :

Du lundi 19 septembre 2022 à 9 h 00 au vendredi 21 octobre 2021 inclus à 17 h 00 soit 33 jours consécutifs.

Permanences :

- Lundi 19 septembre 2022 de 14 h 00 à 17 h 00 à l'hôtel de ville de Voiron ;
- Mardi 27 septembre 2022 de 9 h 00 à 12 h 00 à l'hôtel de ville de Voiron ;
- Mercredi 5 octobre 2022 de 14 h 00 à 17 h 00 à l'hôtel de ville de Voiron ;
- Jeudi 13 octobre 2022 de 9 h 00 à 12 h 00 à l'hôtel de ville de Voiron ;
- Vendredi 21 octobre 2022 de 12 h 00 à 17 h 00 à l'hôtel de ville de Voiron.

Observations du public :

- Par consignation sur le registre d'enquête publique papier à feuillets non mobiles et paraphé par le commissaire enquêteur ouvert à cet effet aux jours et heures habituels d'ouverture au public de l'hôtel de ville de Voiron ;
- Par courrier postal adressé au commissaire enquêteur l'hôtel de ville de Voiron :  
CS 30268  
38516 Voiron cedex ;
- Par courrier électronique à l'adresse [enquete-publique-rlp@ville.voiron.fr](mailto:enquete-publique-rlp@ville.voiron.fr).

Information du public

- Par voie d'affichage, aux bons soins du maire de la commune de Voiron, à la porte de l'hôtel de ville de Voiron ainsi qu'en tous lieux habituels d'affichage, notamment les gares nord et sud de Voiron, 15 jours au moins avant le début de l'enquête, soit au plus tard le vendredi 2 septembre 2022, de l'Avis d'enquête publique et, ce, pendant toute la durée de ladite l'enquête ;
- Par voie de publication en caractères apparents, aux bons soins du maire de de la commune de Voiron, dans deux journaux habilités à publier des annonces légales dans le département de l'Isère, 15 jours au moins avant le début de l'enquête, soit au plus tard le vendredi 2 septembre 2022, et rappelé dans les 8 premiers jours de celle-ci, soit au plus tard le lundi 26 septembre 2022 ;
- Par la mise à disposition du public pendant toute la durée de l'enquête d'un exemplaire du dossier version papier et version numérique à partir d'un poste dédié relatif au « Règlement

EP 22000119 /38

Projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Voiron (Isère)

DUVAL Jean-Marc, commissaire enquêteur

*local de publicité de la commune de Voiron (Isère)*» dans les locaux de l'hôtel de ville de Voiron, dossier, par ailleurs, directement accessible depuis la page d'accueil du site informatique de la commune de Voreppe à l'adresse [www.voiron.fr](http://www.voiron.fr) ;

- Par l'accessibilité au public des observations et propositions émises par celui-ci pendant toute la durée de l'enquête dans les locaux de l'hôtel de ville de Voiron ainsi qu'à l'adresse [www.voiron.fr](http://www.voiron.fr) ;
- Par l'accessibilité au public du rapport et des conclusions motivées du commissaire enquêteur pendant un an après la clôture de l'enquête à l'hôtel de ville de Voiron aux jours et aux heures habituels d'ouverture au public ainsi que sur le site informatique de la commune.

Clôture de l'enquête :

Le vendredi 21 octobre 2022 à 17 h 00.

Echanges entre le commissaire enquêteur et le maire de la commune de Voreppe :

- Remise au maire de la commune de Voiron d'une synthèse des observations et propositions du public ainsi que de celles du commissaire enquêteur dans les 8 jours après la clôture de l'enquête, soit au plus tard le lundi 31 octobre 2022 ;
- Remise au commissaire enquêteur du mémoire en réponse du maire de la commune de Voreppe dans les 15 jours suivants, soit au plus tard le lundi 14 novembre 2022.

Rapport et conclusions motivées du commissaire enquêteur :

- Remise au maire de la commune de Voiron du rapport et des conclusions motivées du commissaire enquêteur accompagné du dossier d'enquête publique et des pièces y annexées 1 mois après la clôture de l'enquête, soit au plus tard le lundi 21 novembre 2022 ;
- Transmission des documents susmentionnés au Tribunal administratif de Grenoble en version dématérialisée.

## I La préparation de l'enquête : l'approche du commissaire enquêteur

Dès les jours suivant sa désignation, le commissaire enquêteur a mis à profit les délais relativement longs dont il disposait avant le début de l'enquête publique ayant pour objet le « *Projet de règlement local de publicité de la commune de Voiron* », pour, à partir des différents éléments du dossier y afférent progressivement mis à sa disposition soit sous forme papier soit sous format numérique par Madame BARACH, s'efforcer de prendre connaissance de l'ensemble du projet et mettre au point les différentes rencontres et visites de terrain nécessaires à sa propre information. Et si au bout du compte, sur la base d'un dossier complet finalement remis en mains propres et paraphé par lui le lundi 12 septembre 2022, celui-ci a estimé que le projet de règlement soumis à ladite enquête pouvait être regardé dans l'ensemble comme assez bien dimensionné (A), les visites de terrain auxquelles il a procédé l'ont cependant conduit à s'interroger au cas par cas sur sa pertinence (B) sans que pour autant cette dernière circonstance fasse, par voie de conséquence, obstacle à l'émission de sa part d'un avis favorable à son égard.

### A L'étude du dossier : un projet de règlement assez bien dimensionné

L'appréciation par le commissaire enquêteur du caractère assez bien dimensionné du projet résulte peut-être davantage de la lecture des documents de présentation, dans l'ensemble, relativement accessibles au public (1) que de celle du projet lui-même qui peut s'avérer quelque ardue (2).

#### 1 Des documents de présentation relativement accessibles au public

Par documents de présentation, le commissaire enquêteur entend les documents qui, autres que les délibérations, avis, porter à connaissance des services de l'Etat ..., ont été rédigés par la personne responsable du projet que ce soit de sa propre main ou que ce soit, à sa demande, de celle d'agents ou bien placés sous son autorité ou bien sous celle du ou des prestataire(s) de services au(x)quel(s) la commune a pu faire appel et ont pour objet d'informer tout autant le public que le commissaire enquêteur lui-même sur ledit projet en tant que tel et dans son ensemble. Sont ici visés, d'une part, deux brefs documents susceptibles d'être qualifiés de notes ou de notices voir de résumés regroupés dans un seul et unique sous-dossier n° 1 (a) et, d'autre part, le rapport de présentation inclus dans un autre sous-dossier n° 5 comprenant en outre le projet de règlement lui-même ainsi que ses annexes (b).

a) Les notes présentation (sous-dossier n° 1, pièces 1 et 2)

S'agissant des deux premiers documents, l'un, d'une page, est intitulé « Textes régissant l'enquête publique », l'autre, de 5 pages non numérotées, porte le titre de « Note de présentation non technique relative au projet de Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Voiron » alors même qu'il apparaît sous la dénomination « Résumé non technique » sur la page du dossier dans lequel il est inclus.

Pour laconiques qu'ils puissent paraître en première analyse, ces deux documents présentent néanmoins aux yeux du commissaire enquêteur l'avantage d'être à la fois clairs, nets et précis et, par voie de conséquence susceptibles de mettre à la disposition du public une information certes peut-être minimale, mais au moins concise. C'est ainsi que le document Textes régissant l'enquête publique rappelle que l'enquête publique en cause s'insère dans une procédure de révision du RLP de la commune, laquelle, conformément à tel article de tel et tel code « *suit la même procédure que les Plans locaux d'urbanisme PLU* » avant d'indiquer les principales étapes de cette procédure suivies en amont de l'enquête publique en cause par la Municipalité de Voiron et de rappeler les étapes qui la suivront. Quant au document Note de présentation, après avoir rappelé, mais de manière seulement incidente que le précédent RLP approuvé en 1998 de la commune était « *devenu caduque (sic) du fait de l'évolution de la réglementation le 13 janvier 2021* » indique que les délibérations prescrivant la révision du règlement communal ont fixé 4 objectifs déclinés en 9 orientations puis conjugués en matière de publicité et préenseignes d'une part, et d'enseignes d'autres part, en fonction de trois zones de publicité par le biais de développements qui s'efforcent d'éviter, sans pour autant y parvenir totalement, les pures et simples, mais non moins fastidieuses énumérations.

Reste que, pour le commissaire enquêteur, ces deux documents, en présentant exclusivement le projet comme une pure et simple révision du RLP de la commune édicté en 1998, sont de nature, non seulement, à créer et entretenir des ambiguïtés sur l'objet même du projet soumis à la présente publique, mais aussi, d'introduire des distorsions dans les éléments de référence permettant de se prononcer sur son bien-fondé comme sur sa pertinence. En partie expressément levées au début du rapport de présentation, celles-ci n'en sont pas moins présentes tout au long du dossier.

b) Le rapport de présentation (sous-dossier n° 5, tome 1)

S'agissant du rapport de présentation, il se présente sous la forme d'un document de 106 pages comprenant, certes, de nombreuses photos, tableaux, schémas, cartes et autres illustrations, mais aussi d'importants développements écrits concernant, d'une part, le « Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure », d'autre part, un « Diagnostic et enjeux liés au parc d'affichage » et, enfin, des « Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure » ainsi qu'une « justification des choix retenus ».

Pour ce qui est du droit applicable sur le territoire (de Voiron) en matière de publicité extérieure, le document revient utilement sur quelques définitions, rappelle les périmètres d'interdiction (absolues et relatives) concernant les publicités (et préenseignes) sur le territoire,

les règles applicables sur celui-ci, récapitule le régime des autorisations et déclarations préalables ainsi que la répartition des compétences en la matière et précise, enfin, les délais de mise en conformité des dispositifs publicitaires existant avec la future réglementation.

Dès l'introduction, cependant, il présente expressément le projet de révision du RLP de Voiron soumis à la présente enquête publique comme un conséquence nécessaire de la refonte du droit de la publicité extérieure issue de la loi « Engagement National pour l'Environnement » du 12 juillet 2010 disposant à l'article L581-14-3 du code de l'environnement que « les règles spéciales en vigueur à la date de publication de la loi - c'est à dire en fait les RLP en cours - restent valables jusqu'à leur révision ou modification et pour une durée maximale de dix ans et 6 mois », délai au-delà duquel elles seront considérées comme caduques. Quant à « son décret d'application » n° 2012-118 du 30 janvier 2012 « relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et préenseignes », codifié aux articles R581-1 à R81-88 du même code, il est tout juste mentionné. Pourtant, identifié comme le nouveau Règlement National de Publicité jusques et y compris dans le guide pratique de la publicité extérieure disponible en ligne sur le site du Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires (avril 2014), il est aujourd'hui considéré comme « Le Texte » de référence en matière de réglementation de la publicité extérieure. C'est ce texte constitué de « règles ... impératives » (page 9) que les règlements locaux de publicité, sont désormais censés « adapter, suppléer ou compléter » (idem) « aux spécificités du territoire » (ibidem) par des dispositions « obligatoirement plus restrictives » (ibidem). Or compte tenu des multiples changements apportés tant à l'objet et au contenu de règles qu'aux fins poursuivies par le nouveau dispositif législatif et réglementaire, il y tout lieu de penser qu'il s'agit pour les communes beaucoup plus d'adopter de nouveaux règlements que de modifier ou même réviser les anciens. Raison pour laquelle d'ailleurs on parle de règlements de « nouvelle ou de deuxième génération » pour qualifier les premiers par rapport aux seconds. Sans conséquence sur le plan de la procédure puisque celle-ci est désormais identique pour l'édition d'un nouveau règlement comme pour la révision d'un ancien, la distinction n'en demeure pas moins fondamentale sur le fond.

D'une part, en effet, par son objet même et par son ampleur, le projet soumis à la présente enquête publique dépasse de loin une pure et simple modification ou même révision de l'ancien RLP puisqu'il s'agit ni plus ni moins que d'adapter au niveau local une réglementation nationale beaucoup restrictive que ne l'était celle sur le fondement de laquelle il avait été pris. D'autre part, sur le terrain du droit applicable, ce n'est pas l'ancien RLP - en tout état de cause devenu caduc c'est-à-dire non seulement privé d'effets, mais aussi, de toute existence juridiques - qu'il s'agit d'adapter aux circonstances particulières locales que constitue le cadre de vie de la cité voironnaise, mais bel et bien le Règlement National de Publicité édicté le 30 janvier 2012. Enfin, il en résulte que c'est exclusivement par rapport à ce dernier et à lui seul qu'il convient d'apprécier tant le bien-fondé que la pertinence du présent projet, c'est à dire, en fait, d'apprécier concrètement en quoi les restrictions que ce dernier apporte au déploiement des dispositifs publicitaires sur le territoire de la commune de Voiron par rapport au Règlement National sont à la fois nécessaires et suffisantes, non seulement, pour protéger et préserver tant les paysages urbains et ruraux que le cadre de vie voironnais, mais aussi, lutter contre les pollutions visuelles et réduire la facture énergétique. Dans ces conditions, ne serait-ce que rappeler en 3.1 des développements sur le droit applicable la réglementation locale existante constitue, d'abord et avant tout, en soi beaucoup plus qu'une simple imprécision, une erreur : compte tenu de la caducité des RLP dits de « 1<sup>ère</sup> génération », qui plus est prévisible au moment de la rédaction du rapport de présentation en cause, la seule et unique réglementation en matière de publicité extérieure applicable à ce jour sur le

territoire de la commune de Voiron est le RNP de 2012. Accorder, ensuite, ne serait-ce que quelques développements aux règles de l'ancien document, en fait une erreur regrettable pour ce qui concerne l'exactitude de l'information du public.

Enfin et surtout, regrouper ses principales dispositions au sein d'un tableau synthétique ne fait qu'égarer le public. Et ce d'autant plus que ce tableau synthétique sur le contenu des règles relatives à la publicité extérieure « applicables sur le territoire de la commune » est quasiment le seul tableau de ce type de tout le document. Quand on sait l'attraction visuelle qu'exerce sur le public ce genre de document, il est à craindre en effet que celui-ci n'en retienne que cela.

Pour ce qui concerne, ensuite, la partie diagnostic et enjeux liés au parc d'affichage, le rapport, après avoir énuméré en général et brièvement en style télégraphique les secteurs à enjeux, distingue les publicités - préenseignes des enseignes proprement dites, lesquelles se différencient des premières par la circonstance qu'elles établissent un lien entre une activité et le lieu où cette activité s'exerce. Les premières y sont dénombrées avec précision, localisées sur une carte, puis déclinées par catégories de dispositifs par le biais de développements rappelant les règles spécifiques du code de l'environnement qui leur sont applicables eux-mêmes illustrés par de nombreux schémas et photographies. Il en ressort sans surprise que les 129 publicités et préenseignes recensées se regroupent principalement autour des grands axes routiers qui traversent l'agglomération communale jusques et y compris dans le centre-ville. Plus étonnant est le constat que 54 seulement sont conformes au code susmentionné, c'est-à-dire en fait au RNP de 2012. Les secondes, faute de pouvoir être recensées avec précision, y sont comme les publicités cependant localisées sur une carte, puis déclinées dispositif par dispositif par le biais du même type de développements et illustrations. In fine, il est à noter que la carte des publicités et préenseignes recouvre pour une large part la carte des enseignes. A cela plusieurs raisons : d'une part, dans les zones, principalement les zones d'activité, où la publicité est très présente, celle-ci cohabite avec les multiples enseignes, souvent de très grande dimension, des très nombreuses entreprises, principalement des commerces de grandes surface, qui y exercent leurs activités ; d'autre part, en centre-ville s'ajoutent aux enseignes des « petits commerces » de nombreux dispositifs publicitaires de petite dimension implantés sur le sol ou installés sur le mobilier urbain ; enfin, toujours en centre-ville, sont désormais considérés comme des publicités, des dispositifs « d'une taille inférieure à 1 m<sup>2</sup>, majoritairement apposés sur les murs et les vitrines des commerces ».

Pour ce qui concerne, enfin, les parties Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure et Justification des choix retenus, la première consiste purement et simplement en une énumération pure et simple de 4 objectifs et de 9 orientations, formulées certes de manière particulièrement « sexy », mais au final peu opérationnelle en raison de leur rédaction en termes très généraux et plus que convenus, orientés davantage vers la communication voir la promotion que vers une véritable information. La partie justification des choix n'est guère plus explicite et, donc, à peine plus utile tant à l'information du public et que du commissaire enquêteur. Outre l'affirmation selon laquelle le nouveau zonage somme toute assez classique en 3 zones de publicité « reprend ... celui du RLP précédent » dans « le but ... d'être dans la continuité avec le RLP précédent » de nature, encore une fois, aux yeux du commissaire enquêteur à égarer le public, le document ne met, en réalité, en évidence aucun choix. Ceux-ci sont peu ou prou explicités au cours de développements consacrés aux publicités et préenseignes puis aux enseignes les mettant en œuvre dispositifs par dispositifs. Il apparaît, néanmoins, que des choix ont été faits

en matière de publicité accessoire sur le mobilier urbain autorisée y compris en centre-ville à titre dérogatoire mais de manière strictement règlementée sur l'ensemble du territoire, par exemple seulement sur abribus et colonne porte-affiche en centre-ville ; en matière de publicité dans les zones d'activité avec des limitations sur les supports, les formats, les surfaces et même le nombre avec des règles de densité contraignantes comme en matière d'enseignes notamment en centre-ville par des limitations du même type et, enfin, pour ce qui concerne sur, l'ensemble de territoire les enseignes et numériques, le tout en relation en relation avec le futur PLU en cours d'élaboration.

Reste que ces développements ne fournissent aucun élément de nature à permettre une quelconque appréciation non pas sur le bien-fondé de ces choix mais sur leur portée. Par exemple, fixer une plage d'extinction des publicités lumineuses est un choix qui ne se discute même pas. En revanche, préciser que cette plage d'extinction court de 22 h à 7 h alors que le RNP ne prévoit qu'une plage comprise entre 1 h et 6 h est le signe d'un choix fort en la matière. A l'inverse limiter la surface hors tout des publicités scellées ou posées sur le sol à 10,5 m<sup>2</sup> et leur hauteur à 6 m alors que le RNP n'autorise qu'une surface de 12 m<sup>2</sup> pour une hauteur identique est beaucoup moins significatif. Un tel manque est d'autant plus regrettable, ici, que ce n'est pas dans le projet de règlement lui-même que l'on trouvera de tels éléments d'appréciation.

## 2 Un projet lui-même quelque peu difficile à appréhender (sous-dossier 5, tome 2)

Le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Voiron lui-même se présente matériellement sous la forme d'un document de 20 pages comportant un sommaire de 2 pages, une table d'abréviation d'une page, un lexique de 2 pages et un texte de 14 pages rédigé en 8 titres et 41 articles énonçant les différentes restrictions que ledit projet se propose d'apporter, catégorie par catégorie et par zones pour un total de 6 titres, au déploiement des dispositifs publicitaires sur le territoire de la commune par rapport au Règlement National. Ainsi présenté, il ne constitue qu'une longue et fastidieuse énumération difficile à appréhender tant dans sa forme (a) que dans son contenu (b).

### a) La forme du projet

En la forme, les énumérations sont toujours difficiles à appréhender tout simplement parce qu'elles ne peuvent être ni synthétisées ni même résumées ni même se prêter à la moindre analyse. Le commissaire enquêteur est bien obligé d'admettre cependant que dans certains cas elles ne peuvent être évitées. C'est le cas notamment d'un RLP dont l'objet est d'apporter au plan local des restrictions à un déploiement des dispositifs publicitaires lui-même restreint au plan national par le RNP : il peut paraître, en effet, ainsi que l'indique le guide de la publicité extérieure du Ministère de la transition écologique, qu'en vue d'en « assurer la lisibilité », il soit « inutile que le RLP reprenne textuellement les dispositions qui figurent déjà dans le RNP et qui continuent de s'appliquer selon la volonté de ses auteurs », résultant en l'occurrence de leur silence interprété comme l'intention ces derniers de ne pas les modifier dans les sens d'un plus grande restriction. « On dit alors que le RNP vaut RLP ». Il en résulte que le seul énoncé des seules mesures restrictives que le RLP apporte au RNP est quasiment la seule façon d'informer utilement et efficacement, non seulement, le public, mais aussi, les futurs destinataires du futur règlement des modifications que le RLP apportera à l'état du droit résultant du RNP. Reste que, pour limiter les

inconvenients d'une telle façon de procéder, il y a lieu de recourir à une forme susceptible de permettre au lecteur ne serait-ce que de se repérer le plus facilement et le plus rapidement possible. Dans cette perspective, ce qu'il y a lieu d'éviter à tout prix c'est que la forme elle-même soit réduite à une ... énumération. Ce qui suppose un minimum d'ordre et de composition. Or, force est de constater qu'en recourant à une forme composée en huit titres dont 6 distinguant catégories de dispositifs publicitaires par zones de publicité sans aucune autre division que les articles énonçant les dispositions propres à chaque dispositif publicitaire règlementé par le futur RLP, l'auteur du projet n'évite guère cet écueil. En l'occurrence, les 6 titres médians auraient pu être, en vue de faciliter la lecture de leur contenu, réduits à 2 : dispositions relatives aux publicités et aux préenseignes, d'une part, et dispositions relatives aux enseignes, d'autre part, chacun étant ensuite subdivisé en 3 chapitres recensant lesdites dispositions par zones.

#### b) Le contenu du projet

Quant au contenu du projet, si l'avantage de l'énumération est de ne rien laisser de côté, son inconvénient est de ne présenter aucun relief. En d'autres termes, si elle peut se prêter à des appréciations quantitatives, elle ne saurait donner lieu à la moindre appréciation qualitative. Et, en l'occurrence, tout ce que peut retirer le lecteur de la lecture du projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Voiron, c'est que les restrictions qu'il apporte au déploiement des dispositifs publicitaires sur le territoire communal par rapport au Règlement national sont aussi nombreuses que variées pour concerner pratiquement tous les dispositifs publicitaires déjà règlementés par ce dernier. Pour le reste, mises à part, sans doute pour des raisons tenant à l'actualité du moment, les dispositions relatives à l'éclairage nocturne, aucune de ces dispositions ne se démarque des autres que ce soit en termes d'importance ou en termes d'éléments de comparaison par rapport au RNP pour permettre d'apprécier, non seulement, le bien-fondé du projet dans son ensemble, mais aussi, les caractères nécessaire et suffisant de chacune d'entre elles.

Pour les raisons ci-dessus mentionnées, un tel rappel des dispositions du RNP n'a, certes, pas lieu d'être dans le la rédaction du projet de règlement local de publicité lui-même, mais il a lieu d'être à un moment ou à un autre dans le dossier et, en vue de permettre au lecteur une bonne compréhension du projet, de telle façon qu'une comparaison entre les dispositions de l'un et de l'autre puisse se faire de manière immédiate. En d'autres termes en les juxtaposant. Or si le rapport de présentation fait bien apparaître, notamment à l'occasion du diagnostic, les dispositions du RNP applicables, il ne le fait qu'en vue d'en faire ressortir les dispositifs publicitaires implantés sur le territoire de la commune en infraction par rapport à lui. Nulle trace non plus d'une telle juxtaposition dans la partie du rapport de présentation consacrée à la justification des choix retenus qui est sans la partie du document la plus apte à accueillir de tels développements, au moins pour les principaux dispositifs publicitaires concernés, développements permettant en outre et de faire ressortir des priorités et de mettre en relation ces priorités avec les orientations et les objectifs précédemment énoncés.

C'est la raison pour laquelle le commissaire enquêteur a demandé au responsable du projet, Monsieur MOREAU, de solliciter du prestataire de la commune dans cette affaire la production d'un tableau synthétique faisant apparaître pour les principaux dispositifs publicitaires les règles

qui leur sont applicables en vertu du RNP et celles qui leur seront applicables en vertu du prochain RLP en les distinguant par zone de publicité. Cette demande ayant rapidement été satisfaite, dans le but d'améliorer l'information du public en lui permettant une meilleure compréhension du projet soumis à la présente enquête publique, le commissaire enquêteur a décidé, en accord avec Monsieur MOREAU, d'intégrer le document en question dans le dossier et l'a paraphé à cet effet en même temps que les autres pièces le composant (Sous dossier n° 1, pièce 3).

## B Les visites de terrains : un projet de règlement nécessaire, mais peut-être insuffisant

Ainsi qu'il est d'usage en matière d'enquête publique, le commissaire enquêteur a pu bénéficier d'une visite guidée par Monsieur MOREAU accompagné de Madame BARACH le jeudi 25 août 2022 de 9 h 30 à 12 h 00. Il a par la suite profité de son déplacement vers Voiron en vue de parapher le dossier le 12 septembre 2022 pour procéder, incognito, de 10 h 30 à 12 h 00 à une petite visite supplémentaire. De ces visites, il a pu tirer le constat d'une situation assez dégradée des paysages et du cadre de vie de Voiron, du fait d'un déploiement excessif de l'ensemble des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire de la commune, notamment mais pas seulement dans les zones d'activités s'articulant autour des grands axes routiers le traversant de part en part, pour une large part, certes, du fait de l'impact des publicités et préenseignes, mais aussi de celui des enseignes pour en conclure que le projet soumis à la présente enquête publique pouvait, certes, être considéré comme nécessaire (1), mais pas forcément suffisant (2).

### 1 Une nécessité largement avérée

La nécessité du projet s'est manifestée aux yeux du commissaire enquêteur davantage au cours de sa visite guidée que qu'à l'occasion de sa visite incognito, d'abord et avant tout, pour ce qui concerne les zones d'activités à l'intérieur desquelles la diversité, le nombre et les dimensions, non seulement, des publicités et des préenseignes, mais aussi, des enseignes lui ont paru de nature à porter une atteinte significative à la qualité des paysages et du cadre de vie de la commune de Voiron.

Dans le cadre de la visite guidée, après avoir flâné de l'Hôtel de Ville jusqu'à l'église Saint-Bruno, Monsieur MOREAU a tenu à conduire le commissaire enquêteur dans trois endroits semblant constituer, du moins à ses yeux, les parties du territoire communal les plus atteintes par les nuisances de tous ordres générées par l'implantations des dispositifs publicitaires de tous ordres : d'une part, la zone d'activité de la Blanchisserie ; d'autre part, une zone d'activité attenante à une concession automobile multimarques et, enfin, sur une portion de la D 1075 équipée d'une station-service située à proximité, semble-t-il, du centre hospitalier sur laquelle le commissaire enquêteur a proposé de faire une petite pause.

Le long de cette dernière, ouverte à la circulation sur quatre voies (du moins, dans les souvenirs du commissaire enquêteur), tout juste séparée des zones d'habitations par des rideaux arborés et constituant avec ses abords immédiats à elle seule la zone d'activité, sont implantés sur les deux côtés une dizaine, peut-être plus, de publicités ou préenseignes scellées ou posées au sol de grandes voir très grandes dimensions sur des supports certes « double face » mais plutôt de bonne qualité et assez bien intégrés au paysage en ce sens qu'aucun ne dépasse en hauteur le réseau arboré que l'entoure. En définitive, ce qui obère le plus les paysages en ce lieu c'est, in fine,

l'enseigne lumineuse affichant les prix des carburants délivrés dans la station-service alors même qu'un tel affichage est obligatoire et « l'enseigne » qui recouvre dans leur intégralité les 3 côtés visibles du kiosque de restauration à emporter sis sur un espace apparemment prévu mais non aménagé à cet effet où les visiteurs ont stationné leur véhicule. Il est clair néanmoins que le nombre voire la taille de ces dispositifs qui a priori paraissent conformes au RNP puisse néanmoins faire l'objet de règles plus restrictive afin d'améliorer une situation, en termes de paysage et de cadre de vie, au final pas si dégradée que cela.

Du moins, si on la compare à celle de la zone d'activité attenante au concessionnaire automobile multimarques mentionnée ci-dessus et identifiée par le commissaire enquêteur comme la zone dite « Le Paviot ». Déployée autour de la D 592, elle s'insère pour partie au cœur d'une zone d'habitation et pour la plus grande part en bordure d'une zone identifiée par la carte IGN d'occupation des sols de la commune comme « terres arables ». La vue sur ledit concessionnaire depuis la route se présente comme un concentré sur quelques dizaines de mètres de quasiment tous les dispositifs publicitaires possibles et imaginables au sein duquel les publicités de grandes voir de très grandes dimensions sur des supports de qualité médiocre semblent livrer bataille aux enseignes d'assez bonne qualité dudit concessionnaire qui ne les dominent que par leur hauteur. Plus loin, dans la zone proprement dite, si l'implantation sur quelques centaines de mètres des différents dispositifs est un plus « aérée », les enseignes, du fait notamment des enseignes parallèles au mur, l'emportent sur des publicités présentant pourtant les mêmes caractéristiques qu'aux abords de la concession automobile pour constituer avec ces dernières rien moins qu'un immense « écran publicitaire de type patchwork » écran entendu, non seulement, en tant que support de messages aussi multiples qu'hétérogènes de cette nature, mais aussi, en tant qu'objet interposé qui dissimule, arrête le regard et empêche de voir notamment en direction des terres arables ci-dessus mentionnées. Dans la zone de la Blanchisserie, enfin, un même constat, peut-être un peu moins sévère, s'est imposé au commissaire enquêteur pour rendre à ses yeux l'intervention d'une réglementation locale ciblée sur ces 2 zones d'une nécessité absolue.

Dans cette perspective, ce dernier se contentera ici de regretter que le diagnostic sur lequel s'appuie le projet ne permette guère l'émergence de tels constats. Il est vrai que celui-ci s'attache, avec nombre de photos et de schémas à l'appui, beaucoup plus à appréhender un par un les différents dispositifs publicitaires pour en examiner la conformité par rapport au RNP, voir même à l'ancien RLP qu'à leur localisation et surtout à leur concentration en tel ou tel lieu.

Sa visite incognito a conduit le commissaire enquêteur plus particulièrement dans le centre-ville où le paysage urbain et le cadre de vie ont pu lui apparaître quelque peu surchargés par les nombreux dispositifs publicitaires, essentiellement de type enseignes, qui y sont implantés. N'ignorant pas que cet état de fait pouvait être tout simplement dû à la présence dans cette zone, pour une partie piétonnisée et donc d'une certaine façon spécialement aménagée à cet effet, de très nombreux commerces de petite, voire de très petite taille, il a cru néanmoins pouvoir observer que tous ces commerces n'étaient tous logés « à la même enseigne ». Il entend par là que les devantures de certains types de commerces paraissent concentrer à eux seuls la plupart de ces surcharges. Dans cette perspective, il y a lieu de mentionner, d'abord et avant tout, les tabac-journaux-jeux en grand nombre dans le centre-ville et qui présentent tous au moins une enseigne (carotte, plume et logo de la Française des jeux) perpendiculaire au mur par type d'activité empiétant souvent sur la partie privative de la façade des logements sis au-dessus. Il y a lieu, ensuite, de mentionner les agences, davantage immobilières que bancaires, qui, disposant souvent

d'une large devanture comprenant plusieurs vitrines séparées par des éléments de façade, les utilisent pour les recouvrir, en totalité ou presque, ainsi que les vitrines et parfois même à l'intérieur de celles-ci, de messages certes de tous types et de tous ordres, mais revêtant tous à des degrés divers un caractère publicitaire. Et il y lieu de mentionner, enfin, les toutes petites devantures de commerce proposant des services type auto-école ou pizzas à emporter presque entièrement recouvertes, vitrines et éléments de façade confondus, de messages, on dirait faits à la main, sur les prix, les forfaits, les promos et autres. Ceci étant, des publicités sur mobilier urbain, de petites tailles mais néanmoins très présentes, viennent confirmer ce constat d'un paysage urbain et d'une cadre de vie en centre -ville, certes, quelque peu dégradés çà et là, mais, en définitive, dans l'ensemble, relativement préservés en termes de qualité.

A ces observations visuelles, enfin, il convient d'ajouter celles que le commissaire enquêteur a pu faire lors de ses déplacements sur Voiron, notamment sur son trajet aller passant par le cimetière, où les publicités scellées ou posées sur le sol, quoique relativement dispersées, sont tout mêmes nombreuses, mais surtout installées sur des supports de piètre qualité.

S'il résulte bien de ces constats, pour le commissaire enquêteur, une nécessité avérée du projet de RLP de la commune de Voiron en vue de préserver ses paysages et son cadre de vie, il n'en demeure pas moins pour lui des questions sur les voies et moyens qu'il se donne pour y parvenir de manière efficace autant que durable.

## 2 Une suffisance en question

Cela passe à ses yeux par une confrontation de chacune des dispositions du projet à la situation de fait à laquelle elles sont censées remédier dispositif par dispositif tout autant que zone par zone ... tout en gardant à l'esprit que, dans le même temps, l'appréciation du bien-fondé comme de la pertinence de ces mêmes dispositions demeurent placées sous la dépendance de celles du RNP ayant le même objet, c'est-à-dire concrètement des restrictions que le règlement national apporte déjà dispositif par dispositif et accessoirement par zone à leur déploiement sur le territoire national.

Or, s'il est un constat que les visites de terrain auxquelles le commissaire enquêteur a pu procéder ne peuvent guère lui permettre d'établir, c'est celui de la part des dispositifs existants en conformité (ou non) avec ces dernières.

Dans cette perspective, si le diagnostic fait bien apparaître que 75 des 129 publicités et préenseignes installées sur le territoire de la commune ne sont pas conformes aux dispositions du Règlement national, il ne dit rien sur les enseignes. Il en résulte néanmoins qu'il est tout à fait concevable que la situation assez dégradée des paysages et du cadre de vie de la commune trouve sa source pour une large part dans cet état de fait : le non-respect de la réglementation nationale. Et dans ces conditions, dès lors que la cause du problème réside davantage dans l'application des règles que dans les règles elles-mêmes, dans leur effectivité plutôt que dans leur efficacité intrinsèque, à quoi bon les modifier ?!

En réponse à cette question latente, le dossier fait valoir de manière implicite que l'adoption du futur règlement aura pour conséquence un transfert des pouvoirs de police administrative spéciale permettant de faire respecter la réglementation en matière de publicité extérieure des mains du préfet vers celle du maire de la commune pour une surveillance au plus près de l'ensemble des

dispositifs publicitaires déployés sur le territoire municipal. Toutefois, le commissaire enquêteur, ayant à l'esprit que le maire de la commune de Voiron a déjà, sur le fondement du RLP de 1998, disposé de tels pouvoirs et ce jusqu'en janvier 2021 sans que cette circonstance de droit ait eu, si on prend en considération le nombre de publicités non conformes au règlement national, le moindre effet sur la situation des paysages et du cadre de vie de Voiron, demeure quelque peu dubitatif quant au bien-fondé et à la pertinence d'un tel argument.

Toutefois, Monsieur MOREAU lui ayant fait part à plusieurs reprises d'une véritable prise de conscience de la Municipalité sur ces questions, concrétisée selon lui par l'intention de cette dernière de créer un poste d'agent de police municipale dont une bonne partie des missions consisterait à assurer une surveillance sur le déploiement des dispositifs publicitaires sur le territoire communal ainsi qu'un dialogue constructif avec les destinataires de la future réglementation, le commissaire enquêteur est disposé à mettre de côté dans, le cadre spécifique de la présente enquête publique, ses doutes sur ces questions.

S'agissant des dispositions elles-mêmes du projet de RLP, c'est à dire concrètement des restrictions qu'elles apportent par rapport au RNP au déploiement des dispositifs publicitaires sur le territoire communal, il y lieu, pour le commissaire enquêteur, encore sous le coup à ce stade de la procédure de ce qu'il a pu voir dans la zone dite « Le Paviot » de faire quelques observations.

D'une part, s'agissant de l'une des mesures « phare » du projet, à savoir l'extension significative de la plage d'extinction nocturne de tous les dispositifs lumineux, il y a lieu d'observer qu'une telle mesure plus que louable, en ce temps, d'un point de vue énergétique et, plus généralement, d'un point de vue écologique n'est guère susceptible d'avoir par elle-même une influence directe sur la qualité des paysages et du cadre de vie de la commune.

D'autre part, s'agissant des publicités et préenseignes, si, à la lecture du dossier, une simple remarque sur le caractère peu significatif de la réduction de 12 à 10,5 m<sup>2</sup> hors-tout pour une surface d'affiche de 8 m<sup>2</sup> sans diminution de la hauteur de 6 m des publicités scellées au sol a pu être faite, celle-ci prend une tout autre mesure au vu des constats opérés sur le terrain pour apparaître comme insuffisante pour régler sur la zone susmentionnée et plus généralement dans les zones d'activités les problèmes liés à la qualité des paysages et du cadre de vie.

Et ce d'autant plus, enfin, que les enseignes parallèles au mur dont le « gigantisme » dans ces mêmes zones avait attiré l'attention du commissaire enquêteur, ne font l'objet d'aucune disposition du projet de RLP. La chose était passée totalement inaperçue à ses yeux, non seulement, à la lecture d'un projet, à bon droit, totalement silencieux sur ce point, mais surtout, à la lecture d'un rapport de présentation étonnamment guère plus explicite à cet égard. In fine, seul le tableau synthétique demandé par lui à Monsieur MOREAU faisant état de la mention « non réglementé » dans la case Projet de RLP-ZP 3-Enseignes parallèles au mur indique clairement de manière explicite que le projet de RLP en cause n'entend apporter pour ce qui concerne ce type de dispositif publicitaire dans ces zones aucune restriction aux règles déjà édictées par le RNP, à savoir 15 % de la façade si celle-ci est supérieure à 50 m<sup>2</sup>. Lorsque l'on sait qu'en de tels lieux, de telles façades peuvent fréquemment atteindre voire dépasser les 100 m<sup>2</sup> (par exemple 20 m x 5 m), une telle « limitation » peut donner des enseignes d'au moins 15 m<sup>2</sup> (par exemple 7,5 m x 2 m) le plus souvent de couleurs agressives et placées à des hauteurs dépassant les publicités, nul ne doute qu'en tout temps comme en tout lieu, elles puissent obstruer les paysages et altérer significativement le cadre de vie.

Pour autant, ces doutes que le commissaire enquêteur peut éprouver à ce stade de la procédure à l'encontre, non de la nécessité du projet de RLP de la commune de Voiron, mais de l'aptitude de certaines de ses dispositions et/ou « non dispositions » à, non pas préserver, mais reconquérir une certaine qualité de ses paysages et de son cadre de vie notamment dans les zones d'activités, ne font pas obstacle à l'émission de sa part d'un avis favorable à son égard.

## II Le déroulement de l'enquête : les observations du public

L'enquête publique portant « projet de règlement local de publicité de la commune de Voiron (38) », elle-même, s'est déroulée dans les locaux de l'Hôtel de ville de Voiron, 12 rue Mainssieux, CS 30268, 38516 Voiron, du lundi 19 septembre 2022 à 9 h 00 au vendredi 21 octobre 2022 à 17 h 00 conformément aux dispositions de l'arrêté municipal n° DST.U - 2022.1056 ci-dessus mentionné en introduction du présent rapport ainsi que dans les conditions prévues par la loi et les règlements pour ce qui concerne tant l'information du commissaire enquêteur et du public que la consignation des observations de ce dernier.

Plus précisément, un registre d'enquête publique matériel ainsi que l'ensemble des pièces version papier du dossier de présentation, tous visés et paraphés par le commissaire enquêteur, y ont été mis à la disposition du public dans lesdits locaux pendant toute la durée de l'enquête. De plus, un onglet, donnant accès à l'ensemble des pièces du même dossier a bien été mis en place sur le site informatique de la commune [www.voiron.fr](http://www.voiron.fr). Enfin, le public a pu émettre ses observations directement par mail à l'adresse [enquete-publique-rlp@ville.voiron](mailto:enquete-publique-rlp@ville.voiron) ainsi que par courrier au nom du commissaire enquêteur à l'adresse de l'Hôtel de Ville.

Par ailleurs, un avis d'enquête publique portant Révision du Règlement Local de Publicité de la Commune de Voiron a bien été publié, d'une part, dans le Dauphiné Libéré du mardi 30 août 2022 ainsi que, d'autre part, dans l'Essor du 26 août 2020 soit, dans l'un et l'autre cas, plus de quinze jours avant l'ouverture de celle-ci et rappelé dans ces mêmes organes de presse le vendredi 23 septembre 2022 soit, ici encore dans l'un et l'autre cas, moins de huit jours après cette même ouverture. Ce même avis a par ailleurs été affiché à l'entrée gauche de l'Hôtel de ville au sein de panneaux recueillant habituellement des actes municipaux ainsi qu'en d'autres lieux.

Au final, l'ensemble des observations émises à l'occasion de la présente enquête publique a été à la disposition du commissaire enquêteur dès la fin de celle-ci, en vue de lui permettre de les appréhender tant quantitativement (A) que qualitativement (B).

### A L'approche quantitative : des voironnais assez peu concerné par le projet en cause

A compter du 19 septembre 2022 à 9 h 00 jusqu'au vendredi 21 octobre à 17 h 00, le commissaire enquêteur n'a recueilli sur les 3 supports prévus à cet effet en tout et pour tout que 14 observations.

Au cours de ses cinq permanences, il a accueilli 4 visiteurs dont deux seulement ont consigné une observation sur le registre papier ouvert à cet effet, la première le jeudi 13 octobre 2022 au cours de sa permanence n° 3, la seconde et toute dernière, le vendredi 21 octobre 2022 en toute fin de sa permanence n°5. Entre temps, une observation supplémentaire a été consignée sur ledit registre et enregistrée par lui à la date où il l'a trouvée, c'est à dire le 21 octobre 2022. Soit un total de trois observations sur le registre papier (3).

Le commissaire enquêteur a, en outre, reçu par courrier simple ouvert par lui le jour de sa dernière permanence une observation en date du 19 octobre 2022 ainsi qu'un courrier - plutôt consistant - recommandé avec accusé de réception en date du 21 octobre 2022 et transmis à lui par Madame BARACH par mail le même jour pour un total de deux observations par courrier (2).

Enfin, entre le 06 octobre et le 21 octobre 2022, il a reçu par mail transmis à lui toujours par Madame BARACH, 9 observations dont une particulièrement volumineuse - c'est le moins qu'on puisse dire - enregistrée sur [enquete-publique-rlp@ville.voiron](mailto:enquete-publique-rlp@ville.voiron) le 21 octobre 2022 à 14 h 31 et transmise à lui par mail ce même jour à 17 h 27 (9).

De ce petit nombre de 14 observations, dont seulement 5 émanant de personnes ne se prévalant explicitement ou implicitement d'aucune autre qualité que de celle d'habitant de la commune, le commissaire enquêteur a cru pouvoir déduire et retenir que les voironnais se sont sentis assez peu concernés par le projet en cause.

#### B L'approche qualitative : un public dans l'ensemble défavorable au projet en cause

Ces 14 observations vont toutes, certes à des degrés divers et pour différents motifs, dans le sens d'un avis défavorable au projet de règlement local de publicité en cause.

Trois sont défavorables au projet au motif que celui-ci serait par trop restrictif quant au déploiement d'un dispositif publicitaire donné dans une zone déterminée. L'une, la seule émise par courrier recommandé avec accusé de réception, par ailleurs la plus longue et la plus documentée des 3 s'en prend à la limitation de la publicité sur mobilier urbain en centre-ville aux seuls abris-voyageurs. Son auteur, un professionnel de la publicité, considère, en premier lieu, qu'en cela il contiendrait des dispositions contraires aux stipulations de différents contrats passés par la commune pour l'exécution d'un ou plusieurs services publics et qui seraient de ce seul fait illégaux. Il demande donc leur suppression et de s'en remettre sur ce point au règlement national de publicité. En second lieu, les dispositifs en cause étant souvent lumineux, il met en cause la plage d'extinction nocturne prévue par le projet et propose d'appliquer à nouveau le règlement national issue (sic) du décret du 05 octobre 2022 ?! Les 2 autres, émanant de la même personne se présentant comme représentant des commerçants de Voiron dans une seule des 2, se contentent de demander la même chose : que les enseignes parallèles au mur ne soient pas limitées à une par activité.

Les onze autres, au contraire, sont défavorables au projet parce que, selon leurs auteurs, celui-ci serait - à l'opposé des observations précédentes - pas assez restrictif sur le déploiement de nombreux dispositifs publicitaires toutes zones confondues. Ils considèrent que les limitations qu'il leur apporte ne sont pas suffisantes pour préserver les paysages et le cadre de vie en général. Et

ce même à un point tel, pour tel observateur se présentant comme un défenseur de ceux-ci au niveau national, qu'il pourrait bien être illégal pour insuffisance dans son ensemble pour la totalité des dispositifs réglementés. Ceci étant, ces avis se cristallisent tous sur les publicités lumineuses et numériques qu'il y il aurait lieu ni plus ni moins que d'interdire, non pas tant dans le but de préserver les paysages et le cadre de vie au sens large, mais surtout dans le but de faire des économies d'énergie, lutter contre les pollutions ... par référence à la nouvelle réglementation nationale ci-dessus mentionnée, voir même de sauver ... notre portemonnaie ?! Ce n'est qu'au surplus que tel ou tel observateur critique la dimension excessive des panneaux publicitaires implantés au sol notamment, mais pas seulement, en zones d'activités (10,5 m<sup>2</sup>) ... les règles de densité (louables en elles-mêmes, mais insuffisantes) ... l'absence de réglementation des enseignes parallèles au mur en zones d'activité (ce qui peut donner lieu à de très grands formats) ... la cohérence du zonage (le boulevard Denfert Rochereau à cheval sur 2 zones) ... l'interdiction de certains contenus ... ou demande que la commune dépose plainte contre les délinquants qui disposent des panneaux publicitaires sur le poteaux d'éclairage public (si), de signalisation routière, de téléphone ou de support de lignes électriques.

Il est clair, dans ces conditions, que, vu le petit nombre d'observations enregistrées, pour une bonne partie, sauf en ce qui concerne les publicités lumineuses et numériques, en phase avec les préoccupations du commissaire enquêteur le déroulement de l'enquête n'a guère modifié l'approche qu'il pouvait avoir, avant même l'ouverture de celle-ci, tant sur la nécessité du projet de règlement local de publicité de la commune de Voiron en cause que sur les quelques doutes qu'il pouvait éprouver sur sa suffisance. Il lui restait toutefois, avant de pouvoir se prononcer sur ledit projet en toute connaissance de cause par un avis définitif, à en faire part au maire de la commune ainsi qu'à se mettre en situation de pouvoir tirer tous les enseignements de la présente enquête publique.

### III Les enseignements de l'enquête : l'analyse du commissaire enquêteur

Pour ce faire, il appartenait au commissaire enquêteur de prendre connaissance de l'ensemble des éléments d'information mis à sa disposition ainsi qu'à celle du public dans le cadre de la présente enquête publique (A). Ce n'est qu'ensuite qu'il a pu procéder à la mise en perspective de l'ensemble des arguments en lice (B).

#### A Les compléments d'information à la disposition de commissaire enquêteur et du public

En premier lieu, ces compléments d'information résident dans l'ensemble des divers documents intégrés au dossier soumis à la présente enquête publique relative au projet de règlement local de publicité de la commune de Voiron (1). Mais ils consistent aussi dans les échanges qui se sont mis en place entre le commissaire enquêteur et le maire de la commune postérieurement à la clôture de celle-ci (2).

##### 1) Les documents intégrés au dossier soumis à a présente enquête publique

Ces documents concernent principalement les avis des Personnes Publiques Associées et autres services de l'Etat régulièrement sollicités à cet effet dans le cadre de la présente enquête (a) ainsi que tel ou tel autre document que le responsable du projet a estimé utile d'intégrer au dossier en vue d'assurer l'information du public (b).

##### a) Les avis des PPA et autres services de l'Etat

S'agissant des avis des Personnes Publiques Associées et autres services de l'Etat concernés par le projet, le dossier ne fait état que de 3 documents.

Le premier émane de l'Etablissement Public du SCOT de la Grande Région de Grenoble. Emis le 07 juin 2022, après avoir constaté que le projet, conformément à ses préconisations, identifie les D 1075 et D 1076 comme des « axes stratégiques pour une meilleure maîtrise de l'affichage ... en lien avec les communes de Coublevie et Saint Jean de Moirans », il émet un avis favorable.

Le second émane de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS) en formation spécialisée dite de la « publicité ». Emis le 27 juillet 2022, il se présente sous la forme d'un tableau retraçant « les échanges électroniques » qui se sont mis en place entre les différents membres de la commission dont le maire de la commune de Voiron du 20 juin au 22 juillet 2022 ainsi que leurs votes. En tant que tel, le commissaire enquêteur a eu toutes les peines

du monde à s'en emparer, non seulement en raison de sa mise en page horizontale laquelle fait peu à peu perdre le sens de la lecture, mais aussi, et surtout, en raison de ce que la plupart des parties écrites sont grisées et de ce fait rendues quasiment illisibles. Retraçant les questions posées au maire de la commune par les différents membres de la commission ainsi que les réponses de ce dernier - souvent, lorsque ces questions portent sur les restrictions que le projet apporte au déploiement des dispositifs publicitaires sur le territoire de la commune, par référence à l'ancien RLP, en tout état de cause caduc à ce moment-là et non par rapport à la réglementation nationale en vigueur (RNP) à la date d'édiction du futur règlement - il conclut par l'émission d'un avis favorable sans indiquer les résultats du vote ?!

Le troisième émane de la Direction Départementale des Territoires. Emis le 18 août 2022, après avoir observé, d'une part, que les dispositifs non conformes aux règles du futur RLP disposeront d'un délai de mise en conformité, d'autre part, que les demandes d'autorisations pour les dispositifs publicitaires installés dans le centre historique devront être instruites par l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine (UDAP), voir faire l'objet de prescriptions spécifiques de la part de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) et, enfin, que tout mobilier urbain installé dans les abords d'un monument historique devra faire l'objet d'une autorisation de l'UDAP en vue d'apprécier l'éventuelle covisibilité entre le projet et le Monument aux morts, il émet également un avis favorable. Non sans rappeler, toutefois, que le nouveau règlement aura « vocation » à être « respecté » et qu'il « appartiendra (au maire de la commune) de mettre en œuvre tous les moyens nécessaires au respect de ces règles ».

#### b) Les autres documents utiles à l'information du commissaire enquêteur et du public

Le commissaire enquêteur a retenu ici, comme particulièrement utiles à sa propre information comme à celle du public, deux documents intégrés au dossier. Leur importance à ses yeux se justifie par la circonstance qu'ils sont les seuls à faire apparaître en même temps et côte à côte pour les dispositifs publicitaires qu'ils évoquent, d'une part, les règles qui leur sont applicables en vertu du « code de l'environnement », de la « réglementation nationale » incluant loi et règlement proprement dits ou encore du « Règlement National de Publicité » et, d'autre part, les règles qui leur seront applicables une fois le projet de règlement local de publicité adopté. Etant entendu que les secondes ne peuvent apporter au plan local par zones de publicité que des restrictions par rapport aux restrictions que les premières apportent déjà de manière générale au déploiement des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire national, ils sont les seuls qui permettent au lecteur désireux de s'informer afin de pouvoir émettre un avis ou une appréciation sur le bien-fondé de telle ou telle disposition du projet en cause de pouvoir le faire par lui-même en quelques instants en bonne connaissance de cause.

Le premier, intégré au dossier au dossier à l'intérieur du document Bilan de la concertation (pièce 3.5) émane d'une association agréée au plan national pour la défense des paysages et des sites.

En date du 21 avril 2022, après avoir utilement rappelé quelques principes, dont celui en vertu duquel il est souhaitable que le projet de règlement local de publicité ne contienne que les dispositions qui restreignent au plan local le déploiement des dispositifs publicitaires par rapport au RNP, il détaille, en distinguant, non seulement, les publicités et préenseignes des enseignes ainsi

que du mobilier urbain, mais aussi, dispositifs par dispositifs, les règles qui leur sont applicables en vertu de ce dernier, les raisons - photos à l'appui - pour lesquelles il y aurait lieu de les restreindre sur la commune et indique en quoi pourraient consister ces différentes restrictions. Chaque rubrique, enfin, est accompagnée d'une mention sur le choix fait par la commune par rapport à la proposition émise.

Sont ainsi abordés une quinzaine de dispositifs publicitaires, sans doute les plus chargés d'enjeux en termes de qualité des paysages et du cadre de vie, de lutte contre les pollutions visuelles et/ou de réduction de la facture énergétique, pour lesquels l'association fait des propositions dans l'ensemble plutôt « draconiennes », mais sans pour autant, au final, prises une par une, apparaître nécessairement aux yeux du commissaires enquêteur comme excessives. Il n'est guère étonnant, dans ces conditions que la plupart de ces propositions ne soient pas retenues par la commune ... ni qu'on les retrouve à peu près en l'état dans les observations émises par l'association concernée au cours de l'enquête publique.

Avec le recul, cependant, un tel document pourrait être regardé, en raison de son approche tant globale que détaillée par dispositifs publicitaires, comme une sorte de contre-projet auquel, dans le but d'apprécier le bienfondé du projet communal de RLP en cause, ce dernier pourrait être confronté. En réalité, tel n'est pas tout à fait le cas, dans la mesure un tel contre-projet apparaît comme déconnecté de la ville de Voiron et de ses spécificités en tous genre et peut être dans l'ensemble excessif. Par exemple aucune des nombreuses photos qu'il contient ne semble avoir été prise sur le territoire de la commune. Dans cette dernière perspective, il apparaît plutôt comme une sorte de RLP idéal que, dans un but d'exemplarité, toutes les communes de France devraient adopter et qui, de fait, se substituerait ainsi au RNP en vigueur. Toutefois, disposition par disposition, il peut constituer pour le public comme pour le commissaire enquêteur un ensemble de standards de référence à prendre en compte au moment de la mise en perspective de l'ensemble des éléments en lice.

Le second document a été établi et intégré au dossier à la demande d'un commissaire enquêteur en manque de repère après une première lecture du dossier.

Ladite demande consistait en la mise en forme d'un tableau synthétique faisant apparaître pour une dizaine de dispositifs publicitaires considérés par l'auteur du projet à la fois comme les plus porteurs d'enjeux locaux et comme des marqueurs dudit projet, d'une part, les règles qui leur sont applicables en vertu de RNP en vigueur et, d'autre part, celles qui leur seront applicables une fois le projet adopté en les distinguant par zone dans le but encore une fois de permettre une comparaison immédiate entre les unes et les autres et se faire ainsi rapidement une idée, quantitativement et, par voie de conséquence qualitativement parlant, du bien-fondé de ces dernières. Dans cette perspective, il y a lieu ici, pour le commissaire enquêteur d'affirmer que sa demande, en vue d'améliorer la qualité de son information a été pleinement satisfaite et ce à un point tel qu'il a demandé que cette information soit également mise à la disposition du public.

Ceci étant, ledit tableau illustre les règles issues, d'une part, du RNP et, d'autre part, du projet de RLP en les distinguant par zone de publicité, relatives à 5 catégories de publicités et préenseignes et à 5 catégories d'enseignes à l'intérieur de 40 cases, 10 pour le premier et 30 pour le second. Dans ces dernières, la mention interdite apparaît à six reprises : enseignes scellées ou posées sur le sol, enseignes sur clôture, publicités scellées ou posées sur le sol et publicités sur mur ou sur clôture en ZP 1 (secteur patrimonial) ainsi que publicités scellées ou posées sur le sol et publicités sur mur ou sur clôture en ZP 2 (zone d'habitation) ; la mention sans objet à 2 reprises :

densité publicitaire sur mur et au sol pour les zones ZP 1 et 2 ; la mention non règlementé à une reprise : enseignes parallèles au mur en ZP 3 (zones d'activités). Par ailleurs, les cases les plus documentées sont celles concernant, d'abord, les dispositifs publicitaires lumineux et numériques, principalement, les enseignes toutes zones confondues, mais aussi, les publicités là aussi toutes zones confondues dont il ressort immédiatement une plage horaire d'extinction nocturne générale de tous des dispositifs sur l'ensemble du territoire règlementé de 22 h à 7 h beaucoup plus large que celle allant de 1 h à 6 h prévue par le règlement national et ensuite les enseignes parallèles au mur ou perpendiculaire à celui-ci en ZP 1 et 2.

Enfin, s'agissant des cases restantes, seule une lecture plus détaillée permet de mesurer quantitativement et, donc, qualitativement parlant, les restrictions que le projet apporte par zone au déploiement des autres dispositifs publicitaires par rapport au RNP : limitations des publicités sur abribus et colonne en ZP 1 et à un format de 2 m<sup>2</sup> pour une hauteur de 3 mètres pour les 5 dispositifs autorisés par celui-ci dans les autres zones ; limitation à 8 m<sup>2</sup> d'affiche et 10,5 m<sup>2</sup> hors tout pour une hauteur de 6 m des publicités scellées au sol ou sur mur aveugle là où le RNP n'autorise que 12 m<sup>2</sup> de surface hors tout et interdiction sur clôture en ZP 3 ; limitation à 4 m<sup>2</sup> et 4 m de hauteur en ZP 2 et 6m<sup>2</sup> et 6,5 m de hauteur en ZP 3 pour les enseignes scellées ou posées sur le sol là où le RNP n'autorise respectivement que 6 ou 12 m<sup>2</sup> ....

## 2) Les échanges entre le commissaire enquêteur et le maire de la commune de Voiron

Dès la clôture de la présente enquête publique le vendredi 21 octobre 2022, le commissaire enquêteur a fixé en accord avec Madame BARACH un rendez-vous avec Monsieur MOREAU, adjoint au maire, responsable du projet en cause pour le lundi 31 octobre 2022 à 10 h. Inaugurant ainsi la procédure contradictoire prévue par l'article 8 de l'arrêté du 04 août 2022, il a pu ainsi faire part à ce dernier des observations du public ainsi que sous forme de question de ses propres observations (a) et le mettre ainsi en situation de pouvoir y répondre dans les délais prévus à cet effet par ledit arrêté (c). Entre temps, s'est produit un incident dont le commissaire enquêteur a décidé de rendre compte à ce stade de la rédaction de son rapport (b).

### a) Les observations du commissaire enquêteur

Au cours du rendez-vous ci-dessus mentionné, le commissaire enquêteur a tout d'abord fait oralement, pour Monsieur MOREAU et Madame BARACH, le point sur le déroulement de l'enquête et leur a fait part, ensuite, des observations du public émises au cours de l'enquête ainsi que de ses propres observations. Il a, enfin, remis en mains propres à Monsieur MOREAU un document écrit qu'il avait pris la précaution d leur transmettre dès le vendredi 28 octobre 2022 aux environs de 12 h 30, reprenant l'ensemble de ces éléments. Une première discussion a pu alors se mettre en place sur les questions posées par lui dans le document en question. Celles-ci portaient sur :

La légalité de la limitation de la publicité en ZP 1 sur abribus contestée par tel observateur au motif, d'une part, qu'elle serait contraire aux stipulations des contrats passés ou à passer pour la gestion de ce type de mobilier urbain et, in fine, d'autre part, porterait une atteinte excessive à la liberté de communication instituée par la loi et le règlement en matière publicitaire ou par tel autre observateur au motif, d'une part, que dans ladite zone, le principe est celui d'une interdiction

pure et simple et, in fine, d'autre part, qu'une telle disposition serait insuffisante par assurer la préservation du cadre de vie en secteur patrimonial ;

La seconde est relative la limitation du format des publicités scellées au sol en zone ZP3 et des publicités sur mur aveugle en ZP 2 à 8 m<sup>2</sup> d'affiche pour une surface de 10,5 m<sup>2</sup> hors tout pour une hauteur de 6 m certes plus restrictive que celle prévue par la réglementation nationale de 12 m<sup>2</sup>, mais insuffisante pour préserver la qualité du cadre de vie de Voiron ;

La troisième a trait à l'absence de réglementation des enseignes en ZP 3 : qu'il s'agisse des enseignes parallèles au mur ou des enseignes scellées au sol, la réglementation nationale peut donner des dispositifs volumineux qu'il y aurait sans doute intérêt à contenir en vue de préserver le cadre de vie comme de lutter contre les pollutions visuelles !

La quatrième porte sur les dispositifs publicitaires lumineux, cible que la quasi-totalité des observations défavorables émises au cours de l'enquête : leurs auteurs souhaiteraient qu'elles soient purement et simplement interdites, certains se demandant comment intégrer dans le futur RLP la nouvelle réglementation nationale les concernant.

Au final, le commissaire enquêteur invitait Monsieur MOREAU, responsable du projet, à lui faire parvenir toute remarque et/ou observation qu'il pourrait avoir à faire sur les observations du public et lui rappelait qu'il avait quinze jours à compter de ce jour, soit au plus tard jusqu'au mardi 15 novembre 2022 pour lui faire parvenir ses réponses.

#### b) Incident

Par un courriel en date du 03 novembre 2022, madame BARACH a informé le commissaire enquêteur qu'elle avait « trouvé » une correspondance postée depuis Paris le 12 octobre 2022 à son attention sur le site [urbanisme@ville-voiron.fr](mailto:urbanisme@ville-voiron.fr) après, semble-t-il ainsi qu'en atteste un message d'erreur, que son auteur ait échoué à l'expédier par l'intermédiaire du site [enquete-publique-rlp@ville-voiron.fr](mailto:enquete-publique-rlp@ville-voiron.fr).

Ne pouvant, compte tenu de l'adresse à laquelle elle lui a été adressée, comptabiliser une telle correspondance comme une observation émise régulièrement au cours de l'enquête dans les formes et sur les supports spécialement prévus à cet effet par l'arrête fixant les conditions de déroulement de l'enquête publique en cause, le commissaire enquêteur a néanmoins décidé, en raison de la date à laquelle elle a été émise d'en prendre connaissance et de demander à Madame BARACH d'en faire part à Monsieur MOREAU, responsable du projet.

C'est ainsi qu'aux critiques assorties de contre-propositions mettant en cause l'interdiction des passerelles et des échelles liées à l'entretien des publicités et préenseignes fondées sur des considérations tenant aux « obligations légales des entreprises en matière de sécurité ... au travail et des mesures d'optimisation de l'exploitation », le principe de limitation de l'intensité ou du contraste excessif des publicités lumineuses susceptible de créer une insécurité juridique, la limitation à 1 m<sup>2</sup> concernant les publicités lumineuses y compris numériques à l'intérieur des vitrines inadaptée à l'univers particulier que représente les vitrines de commerce et celles concernant les

bâches publicitaires en ZP, un véritable « non-sens économique », Monsieur MOREAU a fait valoir ... aucune réponse.

c) Le mémoire en réponse du maire de la commune de Voiron

C'est par un courriel posté le 17 novembre 2022 à 14 h 13 que le commissaire enquêteur a pu prendre connaissance du mémoire en réponse de Monsieur MOREAU au nom du maire de la commune de Voiron.

Sur la légalité de la limitation de la publicité en ZP 1 (secteur patrimonial), il se contente de faire valoir que si le code de l'environnement interdit la publicité aux abords de monuments historiques, il prévoit lui-même qu'il peut y être dérogé dans les agglomérations dans le cadre d'un RLP ; qu'en tout état de cause, une telle limitation est « plus protectrice que l'ancien RPL » ; qu'elle résulte d'un accord avec l'architecte des bâtiments de France et ne remet pas en cause les contrats qui auraient pu être passés puisque le marché du mobilier urbain est arrivé à expiration.

Sur la dimension des publicités scellées au sol ou sur mur aveugle, il rappelle que les dimensions autorisées par le projet sont « inférieures à celles autorisées par l'ancien RLP » et qu'elles ont été définies de manière à ce que les panneaux restent visibles sur la voie publique. Il précise, toutefois, que la Ville pourra réétudier cette disposition au vu des résultats de l'enquête.

Sur l'absence de réglementation des enseignes parallèles au mur par le projet, il répond qu'il « n'est pas exact que la taille des enseignes n'est pas réglementée en ZP 3 » dès lors que « les dispositions du règlement de publicité qui ne sont pas restreintes par le RLP continuent de s'appliquer. Quant à la question sur les totems, il se contente de répondre que la distinction entre enseigne scellées au sol de moins d'un m<sup>2</sup> et de plus d'un m<sup>2</sup> mais limité à 6 m<sup>2</sup> résulte du code de l'environnement et est simplement reprise par le RLP.

Sur les dispositifs publicitaires lumineux et numériques, il considère que l'interdiction pure et simple pourrait bien être tout simplement illégale et justifie la plage d'extinction horaire retenue par le projet par le souhait de la Ville de Voiron « d'aller (rigoureusement) plus loin » dans le but de limiter la pollution lumineuse et la consommation électrique. Concernant le décret du 17 octobre 2022 instaurant sur décision du Ministre chargé de l'énergie une plage d'extinction diurne des tels dispositifs, il considère que le RLP n'a pas à reprendre cette disposition qui reste à la discrétion du Ministre.

Se trouvant ainsi en possession de l'ensemble des arguments en lice, le commissaire enquêteur a pu passer, au moins, en bonne connaissance de cause à leur mise en perspective en vue de l'émission de son avis définitif.

## B La mise en perspective de l'ensemble des arguments en lice

A ce stade, le commissaire enquêteur s'est situé, d'une part, d'abord dans la perspective d'une approche globale (1), puis, d'autre part, dans la perspective d'une approche par le contenu (3). Entre temps, il a cru devoir consacrer une attention particulière à la délicate question des dispositifs publicitaires lumineux et numériques (2).

### 1) L'approche globale

Au total, le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Voiron consacre sept (7) de ses huit (8) titres et trente-cinq (35) de ses quarante-et-un (41) articles aux restrictions qu'il entend apporter dans les 3 zones qu'il identifie au déploiement des dispositifs publicitaires sur le territoire de la commune par rapport au Règlement National de Publicité. Concernant un très grand nombre de dispositifs publicitaires, elles paraissent se concentrer principalement sur 2 zones où elles visent, en raison de la situation qui leur est propre, par des moyens différents des objectifs distincts.

En zone ZP 1 (Secteur patrimonial), dont la délimitation a été tracée en accord avec les services de l'Etat compétents en matière d'architecture et de patrimoine et à l'intérieur de laquelle le commissaire enquêteur a pu considérer que le paysage urbain et le cadre de vie étaient certes quelques peu dégradés par çà et là par quelques publicités et enseignes intempestives, mais relativement préservés en termes de qualité, ces restrictions paraissent viser principalement les enseignes par des dispositions ayant pour objet d'en limiter l'implantation (par exemple en dessous du plancher de 1<sup>er</sup> étage) le nombre (par linéaire de façade de 10 mètres), voir même la qualité (sur les éléments architecturaux de façade). S'agissant des publicités, par principe interdites, sur la voie publique, elles sont autorisées, mais seulement sur abribus et sur colonne porte affiche ainsi que le prévoit la réglementation nationale à titre accessoire sur ce type de mobilier urbain ... et dans la limite d'une surface unitaire n'excédant par un m<sup>2</sup> pour ces dispositifs de plus en plus utilisés, y compris en centre-ville, que sont les publicités lumineuses et/ou numériques à l'intérieur des vitrines.

En zone ZP 3 (zones d'activités) dont le commissaire enquêteur a pu observer en accord avec tel ou tel observateur qu'elles pouvaient être fortement imbriquées avec des zones d'habitation (ZP 2) et à l'intérieur de laquelle il a cru pouvoir dresser le constat d'une situation des paysages et du cadre de vie particulièrement dégradée du fait de nombreux dispositifs publicitaires de tous ordres, mal implantés, sur des support souvent de piètre qualité et de dimensions volumineuses probablement souvent dans des conditions non conformes à celles prévues par le RNP, ces restrictions visent à enrayer un phénomène et récupérer une situation mal engagée par des limitations de tous ordres mais de faible ampleur du nombre (densité), des surfaces, voir des supports (mono-pied) visant principalement les publicités et préenseignes scellées au sol ou sur mur aveugles, mais aussi les enseignes comme par exemple les enseignes scellées ou posées sur le sol. A noter tout de même ici, l'interdiction des publicités sur clôture ainsi que des mannequins gonflables qu'il eut probablement été souhaitable de compléter par une interdiction ou tout au moins une limitation des oriflammes.

Avec des dispositions fixant des restrictions intermédiaires pour la zone ZP 2, le projet se présente comme un tout, à la fois, cohérent par son aptitude à s'emparer de la quasi-totalité des

dispositifs publicitaires susceptibles par leur nombre et leur dimension de porter atteinte aux paysages et au cadre de vie de la commune de Voiron et, du fait des nombreuses restrictions de tous ordres qu'il apporte à leur déploiement sur le territoire réglementé par rapport au Règlement National de Publicité, globalement suffisamment contraignant, quoique de manière modulée selon les différents zones, pour pouvoir les reconquérir et les préserver dans le temps en terme de qualité. Convaincu de la nécessité d'un tel projet, le commissaire enquêteur ne voit aucun obstacle à l'émission de sa part d'un avis favorable à son égard.

## 2) Le cas des dispositions relatives dispositifs publicitaires lumineux et numériques

La place accordée ici par le commissaire enquêteur aux dispositifs publicitaires lumineux et numériques s'explique, non seulement, par celle qu'occupent les règles les concernant dans le projet en cause, mais aussi, par celle que de tels dispositifs ont pris dans les observations du public tous observateurs confondus et, enfin, par celle qu'ils revêtent dans une actualité dominée par de puissantes considérations tenant à « la réduction de la facture énergétique » à laquelle lui-même n'a pu échapper dès lors qu'une telle réduction fait partie intégrante depuis la loi Engagement National pour l'Environnement du 12 juillet 2010 des objectifs susceptible d'être poursuivis en matière de police administrative spéciale de la publicité extérieure ainsi qu'en atteste l'intervention de deux décrets les réglementant en plein déroulement de l'enquête publique ici rapportée.

S'agissant du projet lui-même, il est constant de remarquer que chacun des 3 titres consacrés aux règles applicables aux publicités et préenseignes en les distinguant par zones (3) se termine par un article intitulé « plage d'extinction nocturne » complété par un article intitulé « publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines » et que, de même, chacun des 3 titres consacrés aux règles applicables aux enseignes en les distinguant elles-aussi par zones (3) se termine par un article intitulé « enseigne lumineuse » incluant une plage d'extinction nocturne. Il résulte de l'ensemble de ces dispositions que les dispositifs publicitaires en cause devront être éteints sur l'ensemble du territoire réglementé entre 22 h et 7 h, pour une plage uniforme d'extinction nocturne allant bien au-delà de celle prévue entre 1 h et 6 h par le RNP dans sa rédaction en vigueur au moment de l'élaboration du projet.

Cette importante extension de ladite plage d'extinction prévue par le projet en cause n'a pas semblé suffisante pour la très grande majorité des observateurs qui se sont manifestés au cours de l'enquête. Ils demandent, en effet, ni plus ni moins, pour des motifs tirés davantage de considérations relatives à la réduction de la facture énergétique que de considérations relatives aux pollutions visuelles sur les paysages et le cadre de vie qu'engendrent les dispositifs lumineux et numériques, leur interdiction pure et simple. Seuls deux observateurs, professionnels du secteur de la publicité plaident, dans le but de ne pas fragiliser davantage l'activité commerciale des villes pour leur maintien avec une plage d'extinction nocturne conforme au règlement national pour ce qui concerne le mobilier urbain ou une augmentation de leur surface de 2 m<sup>2</sup> pour les publicités à l'intérieur des vitrines.

Pour ce qui est des puissantes considérations d'actualité tenant à la réduction de la facture énergétique et susceptibles de justifier des mesures plus draconiennes que celles prévues par le projet en la matière et pouvant aller jusqu'à leur interdiction pure et simple, il y a lieu d'observer que la réglementation nationale modifiée par les décrets n° 2022-1294 du 05 octobre 2022 et n°

2022-1331 du 17 octobre 2022 ne sont pas allés jusqu'à ce point. Le premier, modifiant le code de l'environnement, se contente, semble-t-il, d'étendre à l'ensemble « des publicités lumineuses à l'exception ... de celles supportées sur le mobilier urbain » la plage d'extinction nocturne de 1h à 6h ; le second, modifiant le code de l'énergie, dispose seulement que « lorsque le système électrique est dans (une) situation de forte de tension ... toutes les publicités visibles depuis la voie publique sont éteintes, ou à défaut mises en veilleuse ». Bien difficile dans ces conditions pour les règlements locaux de pouvoir interdire les dispositifs publicitaires lumineux et/ou numériques sans encourir le risque d'être frappés d'annulation par le juge administratif ainsi que le souligne, en accord avec le commissaire enquêteur, Monsieur MOEAU. En revanche, tous deux s'intègrent à la réglementation nationale en matière de publicité extérieure au sens large applicable. Dès lors, le premier, s'il autorise les règlements locaux à réduire la plage d'extinction nocturne des publicités sur abribus en fonction des heures de fonctionnement du service de transport, il ne leur interdit en aucune manière de décider, quelles que puissent être les stipulations des conventions que les communes peuvent passer pour la gestion de ce type de mobilier urbain, d'étendre cette plage d'extinction nocturne sur les abribus de 1 h à 6 h ainsi que le prévoit le projet de la commune de Voiron. Quant au second, nul besoin de retranscrire ses dispositions relatives à une plage d'extinction diurne décidée au niveau gouvernemental et susceptible de s'appliquer sur l'ensemble du territoire national dans un règlement local pour les rendre effectives. Sur un tel point comme pour l'interdiction des publicités en faveur des énergies fossiles, le silence du RLP vaut RNP.

Au final, la seule chose rendue possible pour les RLP par ces récentes modifications de la réglementation nationale en matière de publicités lumineuses et/ou numériques serait, peut-être la mise en place d'une plage permanente d'extinction diurne. Toutefois, le commissaire enquêteur se gardera bien de faire le reproche à l'auteur du projet en cause de ne pas y avoir songé au moment de son élaboration en s'abstenant pour cette seule raison d'émettre un avis favorable sur l'ensemble du dispositif.

### 3) L'approche par dispositions

Et ce d'autant plus qu'il existe une autre façon de limiter l'impact sur les paysages et le cadre de vie des dispositifs publicitaires lumineux et numériques et de réduire les pollutions visuelles engendrées par eux, c'est celle qui consiste à les limiter en nombre et en dimension.

Dans cette perspective, le commissaire enquêteur, en accord avec de nombreux observateurs considère que l'absence de réglementation de la dimension des enseignes, très souvent lumineuses, en ZP 3 fait cruellement défaut au projet en cause dans le but de préserver les paysages comme dans celui de réduire la facture énergétique. Dans le même ordre d'idée, la faible limitation par rapport au RNP des dimensions de publicités scellées au sol, elles aussi souvent lumineuses, en ZP 3 lui paraît insuffisante pour parvenir à ces mêmes fins. Dépassant la problématique des dispositifs lumineux, il considère également que les mêmes limitations apportées aux publicités sur mur aveugle ne sont pas assez contraignantes et il en va de même selon pour les limitations des enseignes scellées ou posées sur le sol.

Sur ces différents points, le mémoire en réponse du maire de la commune, représenté par son adjoint Monsieur MOREAU, se référant à 2 reprises aux dispositions de l'ancien RLP, ce qui aux

yeux du commissaire enquêteur constitue une « erreur de droit » en ce sens que ledit RLP pris sur le fondement d'une réglementation nationale entièrement revue et corrigée par la loi Engagement National pour l'Environnement en 2012 est en tout état de cause caduc, c'est dire, non seulement, privé d'effets mais aussi de toute existence juridiques, n'a guère fait bouger les lignes.

Prenant acte, toutefois, de l'esprit d'ouverture de la Ville pour ce qui concerne les propositions de limitations de la dimension des publicités scellées au sol et accessoirement des publicités sur mur aveugle, le commissaire enquêteur a décidé d'assortir son avis favorable sur l'ensemble du projet d'une proposition de limitation des ces dispositifs à une surface d'affiche limitée à 6 m<sup>2</sup> pour un dispositif hors tout de 9 m<sup>2</sup> et pour une hauteur ne dépassant pas 4 m. Dans la foulée, espérant que cet esprit d'ouverture trouve à s'élargir à d'autres propositions concernant d'autres dispositifs, il a décidé, également, de proposer au Conseil Municipal, une limitation de la surface des enseignes parallèles au mur en ZP 3 à 15 % de la façade plafonnée à 12 m<sup>2</sup> lorsque cette dernière excède 50 m<sup>2</sup> et une limitation des enseignes scellées de plus de 1 m à 4 m<sup>2</sup> de surface pour une hauteur ne dépassant pas 4 m.

Conclusion : l'avis du commissaire enquêteur

En tout état de cause, le commissaire enquêteur,

vu la décision n° E22000119 /38 en date du 15 juillet 2022 par laquelle le Président du Tribunal administratif de Grenoble, à la demande du maire de la commune de Voiron représenté par Monsieur Anthony MOREAU son adjoint chargé de l'environnement et de l'urbanisme, a désigné Monsieur DUVAL Jean-Marc, Docteur en Droit, Maître de Conférences des Universités (Droit public) à la retraite, en qualité de commissaire enquêteur en vue de conduire une enquête publique ayant pour objet le « *projet de règlement local de publicité de la commune de Voiron (Isère)* » ;

vu l'arrêté n° DST.U - 2022.1056 en date du 04 août 2022 par lequel le maire de la commune de Voreppe, Monsieur Julien POLAT, a fixé le calendrier et réglé les différentes modalités de ladite enquête ;

vu l'avis d'ouverture au public de ladite enquête affiché aux portes de l'Hôtel de ville de Voiron ainsi que dans les lieux habituels d'affichage municipal et publié dans le Dauphiné Libéré du mardi 30 août 2022 ainsi que dans L'Essor du vendredi 26 août 2022 ;

vu le rappel de cette publication dans ces mêmes organes de presse le vendredi 23 septembre 2022 ;

vu les documents de présentation du projet de règlement local de publicité intégrés au dossier soumis à ladite enquête ;

vu l'avis du Schéma de Cohérence Territoriale de la Grande Région de Grenoble émis le 07 juin 2022 ;

vu le « *compte rendu de la consultation écrite de la CNDPS publicité (Commission Départementale Nature Paysages et Sites) ... par voie d'échanges électroniques et vote* » sur une période allant du 20 juin 2022 au 22 juillet 2022 en date du 27 juillet 2022 ;

vu l'avis de la Direction Départementale des Territoires en date du 18 août 2022 ;

vu l'ensemble des pièces du dossier soumis à la présente enquête publique et, notamment, le document bilan de la concertation et le tableau synthétique y intégré à sa demande ;

vu les observations consignées sur le registre matériel tenu à la disposition du public du lundi 19 septembre 2022 à 9 h 00 au vendredi 21 octobre 2022 à 17 h au sein de l'Hôtel de ville de Voiron ainsi que celles reçues par courrier à l'adresse de ce dernier et par courriel à l'adresse [enquete.publique.rlp@ville.voiron.fr](mailto:enquete.publique.rlp@ville.voiron.fr) ;

vu le mémoire en date du 17 décembre 2022 de Monsieur Anthony MOREAU, adjoint au maire de la commune de Voiron, en réponse aux observations émises par le commissaire enquêteur dans un document écrit remis à celui-ci le lundi 31 octobre 2022 transmis le jour même par courriel ;

considérant que le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Voiron consacre sept (7) de ses huit (8) titres et trente-cinq (35) de ses quarante-et-un (41) articles aux restrictions allant de l'interdiction pure et simple à des limitations plus ou moins drastiques qu'il en entend apporter dans les 3 zones qu'il identifie au déploiement de la quasi-totalité des dispositifs publicitaires sur le territoire par rapport au Règlement National de Publicité ; que ces restrictions concernent, principalement mais pas seulement, les publicités et préenseignes en ZP 3 (zone d'activité) et, essentiellement mais pas exclusivement, les enseignes en ZP 1 (zone patrimoniale) pour constituer un tout à la fois cohérent avec les orientations de réduction du nombre et de la dimension des premières et d'amélioration de la qualité des secondes explicités dans les documents de présentation et suffisamment contraignant, quoique de manière modulée selon les différentes zones, pour pouvoir reconquérir les paysages et le cadre de vie voironnais et les préserver de manière durable en termes de qualité ; que, par voie de conséquence, ces restrictions lui paraissent de nature à lui permettre d'émettre un avis favorable sur l'ensemble du projet ;

considérant que de nombreuses dispositions du projet visent à instaurer une plage uniforme d'extinction nocturne allant de 22 h à 7h de l'ensemble des dispositifs lumineux et numériques qu'il autorise et règlemente ; qu'une telle limitation va bien au-delà de celle allant de 01 h à 6h que prévoit la réglementation nationale y compris dans sa rédaction résultant des deux décrets des 05 et 17 d'octobre 2022 ; que, faute pour un règlement local de publicité de pouvoir, pour, semble-t-il, du moins dans l'esprit du commissaire enquêteur, des motifs de droit, les interdire purement et simplement contrairement à la demande de la très grande majorité des observateurs qui se sont manifestés au cours de l'enquête publique, la mise en place d'un tel dispositif lui paraît de nature à satisfaire pleinement les objectifs, non seulement de préservation des paysages et du cadre de vie, mais aussi et surtout, de réduction de la facture énergétique que le législateur assigne à l'ensemble des règlements national et locaux de publicité sans, pour autant, porter une atteinte excessive à liberté de communication instituée par ce dernier en la matière ; que ces dispositions, n'ayant à être ni complétées ni précisées par des dispositions d'un quelconque règlement local de publicité visant à l'instauration, sur décision du Ministre de la transition énergétique, de la plage d'extinction diurne prévue par le décret du 17 octobre 2022 « *lorsque le système électrique est dans (une) situation de forte de tension* » pour permettre, le moment venu, la mise en œuvre d'un tel dispositif au niveau national, lui paraissent, là encore, de nature à lui permettre d'émettre un avis favorable sur le principe et les modalités de plage d'extinction nocturne de tous les dispositifs publicitaires lumineux et numériques prévue par le projet ;

considérant que l'ensemble des allégations contenues dans différentes observations mettant en cause certaines dispositions du projet pour des motifs de droit, alors même que de tels motifs ne relèvent pas de son pouvoir d'appréciation, lui semblent infondées à raison de ce qu'elles se fondent sur des considérations qui telles « le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux ... la restriction des moyens de communication susceptibles de se développer à l'avenir ... les obligations légales des entreprises en matière de sécurité au travail et des mesures d'optimisation de l'exploitation ... le non-sens économique et commercial » lui paraissent étrangères aux objectifs et aux buts assignés aux règlements locaux de publicité par la loi et le règlement et par voie de conséquence étrangères à leur légalité ;

considérant que les allégations mettant en cause la légalité des limitations prévues par le projet pour ce qui concerne les publicités sur les abribus au motif qu'elles seraient contraires aux stipulations des conventions passées ou futures portant sur la gestion de ce type de mobilier urbain lui paraissent également infondées, une telle contrariété étant susceptible d'affecter, semble-t-il, non la légalité des dispositions du projet, mais uniquement les relations contractuelles entre les parties à ces contrats ; qu'il en va de même pour celles qui mettent en cause la légalité des dites limitations en ZP 1 en ce qu'elles autorisent les publicités en secteur patrimonial, zone où elles sont par principe interdites par le Règlement National de Publicité dans la mesure où celui-ci prévoit expressément qu'elle peuvent y être réintroduites, par dérogation, à titre accessoire précisément sur les abribus ;

considérant qu'en définitive, il n'a pas lieu d'assortir son avis favorable sur l'ensemble du projet de quelques réserves que ce soit sur les différentes dispositions en cause ;

considérant qu'en accord avec de nombreuses observations et propositions émises par le public, certaines dispositions du projet pouvaient lui paraître insuffisantes pour préserver efficacement les paysages et le cadre de vie de la commune de Voiron ; qu'après avoir pris connaissance des objections émises à sa demande à leur encontre par le responsable du projet, il y avait lieu pour lui d'assortir son avis favorable sur le projet de règlement local de publicité en cause de certaines d'entre elles sous la forme, non pas de recommandations, mais de simples propositions sans la moindre réserve ;

décide :

d'émettre un avis favorable sans la moindre réserve sur le projet de règlement local de publicité de la commune de Voiron

et

d'assortir son avis des simples propositions suivantes :

limitation de la dimension des publicités scellées au sol et accessoirement des publicités sur mur aveugle à une surface d'affiche limitée à 6 m<sup>2</sup> pour un dispositif hors tout de 9 m<sup>2</sup> et pour une hauteur ne dépassant pas 4 m. ;

limitation de la surface des enseignes parallèles au mur en ZP 3 à 15 % de la façade plafonnée à 12 m<sup>2</sup> lorsque cette dernière est supérieure à 50 m<sup>2</sup> ;

limitation des enseignes scellées de plus de 1 m<sup>2</sup> à 4 m<sup>2</sup> de surface pour une hauteur ne dépassant pas 4 m.

A Voiron,  
le 12 décembre 2022,

le commissaire enquêteur,  
DUVAL Jean-Marc.



Transmis par courriel ce jour à Madame Christel BARACH et à Monsieur Anthony MOREAU et inséré sur [echange@conseil-etat.fr](mailto:echange@conseil-etat.fr);

EP 22000119 /38

Projet de Règlement Local de Publicité de la commune de Voiron (Isère)  
DUVAL Jean-Marc, commissaire enquêteur