Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PREFECTURE DE LA COTE-D'OR

DIJON, LE 23 NOV. 2009

DIRECTION DES RELATIONS
AVEC LES COLLECTIVITES LOCALES
ET DE L'ENVIRONNEMENT

BUREAU DE L'ENVIRONNEMENT

Dossier suivi par Mme ROGER
☎ 03.80.44.66.23
E-mail : collectivites-locales@cote-dor.pref.gouv.fr

LE PREFET DE LA REGION BOURGOGNE
PREFET DE LA CÔTE D'OR

à Mesdames et Messieurs les membres de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites

à l'attention des membres titulaires et suppléants des formations spécialisées « Faune sauvage captive » et « Sites et Paysages »

OBJET : Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites

P. J. : 1 compte-rendu

Vous voudrez bien trouver ci-joint le compte rendu de la réunion de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites dans ses formations spécialisées « faune sauvage captive » et « sites et paysages » qui s'est tenue le 14 octobre 2009 en Préfecture de la Côte d'Or.

LE PREFET
Pour le Préfet et par délégation
Le Directeur

André GRIMM

LISTE DES MEMBRES CDNPS
FORMATION « PUBLICITE »

- M. le Préfet ou son représentant

- M. le Directeur Régional de l'Environnement ou son représentant
- M. le Directeur Régional et Départemental de l'Equipement ou son représentant
- M. le Chef de Service Départemental d'Architecture et du Patrimoine ou son représentant
- M. le Directeur Départemental de l'Agriculture et de la Forêt ou son représentant

- M. Denis THOMAS, Conseiller Général du canton Beaune Nord (TITULAIRE)
- *M. Marc PATRIAT, Conseiller Général du canton* (SUPPLEANT)

- M. Antoine SANZ, Conseiller Général du canton d'Auxonne (TITULAIRE)
- *M. Michel BACHELARD, Conseiller Général du canton de Dijon 2* (SUPPLEANT)

- Mme Noëlle GOUSTIAUX, Maire de Menesble (TITULAIRE)
- *Mme Geneviève JONDOT, Maire de Martrois* (SUPPLEANT)

- M. Bruno DIANO, Maire de Crépand (TITULAIRE)
- *M. Michel BOUTRON, Maire de Bussy-le-Grand* (SUPPLEANT)

- M. Dominique JOUFFROY, Architecte *(TITULAIRE)*
- *M. François PEYRE, Architecte (SUPPLEANT)*

- M. François DUBREUIL, Paysagiste *(TITULAIRE)*
- *Mme Pascale JACOTOT, Paysagiste (SUPPLEANT)*

- M. Thierry DELERE, Comité de Liaison des Associations de Protection de l'environnement et de la Nature (CLAPEN 21), *(TITULAIRE)*
- *Mme Josiane CARON, Comité de Liaison des Associations de Protection de l'environnement et de la Nature (CLAPEN 21) (SUPPLEANT)*

- M. Nicolas MICHAUD, Chambre d'Agriculture *(TITULAIRE)*
- *M. Vincent LAVIER, Chambre d'Agriculture (SUPPLEANT)*

- M. Dominique MATTEO, CBS Outdoor *(TITULAIRE)*
- *M. Yves THEVENOT, CBS Outdoor (SUPPLEANT)*

- M. Stéphane VAUQUELIN, Clear Channel *(TITULAIRE)*
- *Mme Florence PRIEUR, Clear Channel (SUPPLEANT)*

- M. Guy-Michel SCHULTZ, Avenir *(TITULAIRE)*
- *M. Jean-Marc FOISSY, Avenir (SUPPLEANT)*

- M. Fabrice PROTOY, Sodifalux (TITULAIRE)
- *M. Franck GAILLOT, Enseignes et lumières (SUPPLEANT)*

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PREFECTURE DE LA COTE-D'OR

**DIRECTION DES RELATIONS
AVEC LES COLLECTIVITES LOCALES
ET DE L'ENVIRONNEMENT**

BUREAU DE L'ENVIRONNEMENT

Dossier suivi par Mme Eléonore ROGER
Tél : 03.80.44.66.23
Fax : 03.80.44.66.66
Courriel : collectivites-locales@cote-dor.pref.gouv.fr

DIJON, LE 20 NOV. 2009

COMMISSION DÉPARTEMENTALE DE LA NATURE, DES PAYSAGES ET DES SITES

Réunion des formations spécialisées « faune sauvage captive » , « sites et paysages » et « publicité »

***

Mercredi 14 octobre 2009

***

Les formations spécialisées dites « de la faune sauvage captive », « des sites et paysages » et « de la publicité » se sont réunies le mercredi 14 octobre 2009 à 14h, salle Carnot à la Préfecture, sous la présidence de M. André GRIMM, Directeur des Relations avec les Collectivités Locales et de l'Environnement.

✧✧
✧✧ ✧✧

Les dossiers suivants ont été examinés :

6) Etude relative à l'enseigne IKEA située à Dijon, déposée par la commune de Dijon.
7) Etude relative à l'enseigne McDonald's située à Dijon, déposée par la commune de Dijon.

Ont participé à cette séance de travail :

- M. THOMAS, Conseiller Général du canton de Beaune Nord
- M. DIANO, maire de Crépand
- M. DUBREUIL, paysagiste
- M. PROTOY, Sodifalux
- M. DEILLER, CLAPEN 21
- M. DESGEORGES, inspecteur des Sites à la Direction Régionale de l'Environnement
- M. MAROUZE, Chef du service départemental de l'architecture et du patrimoine
- Mme LAUBIER, de la Direction Départementale de l'Agriculture et de la Forêt
- M. BURDIN, de la Direction Départementale de l'Equipement
- M. MIGNARD, de la Direction Départementale de l'Equipement
- Mme MORI, du bureau de l'Environnement
- Mme ROGER, du bureau de l'Environnement

Sont excusés :

- M. SANZ, Conseiller Général du canton d'Auxonne
- M. MATTEO, CBS Outdoor
- M. SCHULTZ, Avenir
- M. JOUFFROY, architecte
- Mme la Sous-Préfète de Montbard

❻ ❼ Etude relative aux enseignes IKEA et McDonald's situées à Dijon, déposée par la commune de Dijon

Par courriers du 7 janvier 2008 et du 31 mars 2008, l'association Paysages de France a signalé au Préfet et au Maire de Dijon l'implantation de dispositifs publicitaires des enseignes IKEA et Mc Donald's (rue de Cracovie à Dijon), non conformes à la réglementation. L'association a demandé que le Maire ou le Préfet ordonne, par arrêté de mise en demeure, conformément aux dispositions de l'article L.581-27 du code de l'environnement, la suppression ou la mise en conformité de ces deux enseignes.

L'article R581-60 du code de l'environnement précise qu'une enseigne située dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants ne peut dépasser :
- 6,50 mètres de haut lorsqu'elles ont plus de 1 mètre de large
- et 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

L'enseigne IKEA atteint, selon le relevé établi par l'association Paysages de France, plus de 1 mètre de large et 13 mètres de haut environ et l'enseigne McDonald's est constituée d'un mât d'environ 11 mètres de haut, surmonté d'un pavillon de moins d'un mètre de large.

Le maire de Dijon a indiqué au Préfet, par courrier du 19 juin 2008, qu'il souhaitait déroger, par arrêté municipal, à ces règles de hauteur.
En effet, l'article R.581-61 du code de l'environnement précise que le maire peut « *adapter aux circonstances locales, par arrêté, les dispositions prévues par l'article R.581-60 lorsque* ***les enseignes contribuent de façon déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées*** ». *L'arrêté municipal est pris après* ***avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites, dans sa formation « publicité »***.

RAPPORTS DE PRESENTATION ET AVIS DE LA DDE

cf annexes **3** et **4** (rapports de la DDE en date du 14 octobre 2009) :
- Enseigne McDonald's : **Avis défavorable.**
- Enseigne IKEA : **Avis défavorable**.

AVIS DU SDAP

cf annexe **5** (avis du SDAP en date du 8 octobre 2009) :
- Enseigne McDonald's : **Avis défavorable.**
- Enseigne IKEA : **Avis défavorable**.

AVIS DE LA DIREN

cf annexe **6** (avis de la DIREN en date du 6 octobre 2009) :
- Enseigne McDonald's : **Avis défavorable.**
- Enseigne IKEA : **Avis défavorable**.

Débat et avis de la formation spécialisée

En préambule, M. GRIMM rappelle que l'avis de la commission, qui sera rendu sur ces deux dossiers, est un avis simple et que le maire ou son représentant a voix délibérative conformément aux dispositions de l'article R.341-21 du code de l'environnement.

ENSEIGNE IKEA

M. PRIBETICH, adjoint au maire de Dijon, accompagné de Mme VACHER, de la COMADI, présente le dossier IKEA aux membres de la commission en développant trois arguments fondamentaux :

- l'aspect paysager : le secteur concerné, situé en plein coeur de l'agglomération, était depuis 1992 une friche industrielle de 17 ha. Le maire de Dijon a donc souhaité lutter contre cette détérioration de la qualité paysagère et réaliser un véritable espace urbain. Afin de permettre l'évolution de ce paysage industriel et d'attirer des activités économiques sur le site, une somme de 1 305 000 euros a été mobilisée pour la réalisation d'une zone d'activités économiques sur 3 ans (2005-2008). Cette opération de réhabilitation a bénéficié d'aides du conseil régional et du conseil général.

- l'aspect économique : des négociations importantes ont été menées avec le groupe IKEA pour permettre son implantation et renforcer ainsi l'attractivité de la zone. En effet, pour la première fois en France, le groupe IKEA a accepté de s'installer dans une agglomération de moins de 300 000 habitants. Enfin, il est actuellement étudié l'éventualité de l'installation d'une unité de fabrication par IKEA sur l'agglomération.

- le totem « IKEA » : cette enseigne est un élément de rayonnement de la ville. Sa hauteur symbolise la zone d'activités économiques et permet également l'orientation des clients dans une zone de chalandise qui couvre maints départements voisins (Jura, Haute-Marne, Saône-et-Loire...).

M. BURDIN, de la DDE, service instructeur, présente son rapport. Il indique que l'enseigne IKEA, qui a une hauteur comprise entre 15 et 20 mètres, n'est pas vraiment visible de loin et qu'elle est très massive de près. Il ajoute qu'il est probable que ce dispositif dépasse aussi la limite de surface unitaire maximale des enseignes fixée par la réglementation à 16 m^2 pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants ou qui font partie d'un ensemble multicommunal. Le rapport et l'avis défavorable de la DDE sont annexés au présent compte rendu.

M. GRIMM indique qu'il existe une réglementation nationale concernant la hauteur des enseignes et que le maire peut y déroger à condition que les enseignes contribuent de façon déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées. Or, il ne semble pas démontré que cette condition soit satisfaite.
M. GRIMM remarque également que l'enseigne IKEA a été mise en place en 2005. Or, l'effet attractif de cette enseigne aurait du être mis en avant dès son installation en raison de son caractère alors inédit. Or, les dossiers présentés par la commune ont été transmis en septembre 2009 pour être examinés par la CDNPS.

M. PRIBETICH répond que la dérogation prévue par l'article R.581-61 du code de l'environnement doit pouvoir être applicable aussi bien en 2009 qu'en 2005. Il ne peut pas être considéré que l'enseigne puisse avoir un caractère déterminant en 2005 et que ce ne soit plus le cas en 2009.
Il rappelle que l'implantation d'IKEA à Dijon résulte d'intenses négociations ayant mobilisé l'ensemble des acteurs.

Sans méconnaître l'importance de cette installation, M. GRIMM souligne que la commission doit se borner à examiner le bien fondé de la dérogation.

M. PRIBETICH rétorque que IKEA et l'enseigne forment un bloc qui ne peut être dissocié.

M. DIANO est défavorable à la demande de dérogation pour ces enseignes qui, selon lui, ne contribuent pas à la mise en valeur des lieux et qui favorisent le gigantisme. Le totem IKEA représente, à ses yeux, une inégalité par rapport aux autres enseignes qui respectent la réglementation et ne permet pas le rayonnement de la ville au même titre que la place des Ducs ou l'auditorium.

En réponse à cette intervention, M. GRIMM insiste sur le rôle dévolu à la commission à savoir se prononcer exclusivement sur la demande de dérogation formulée

ENSEIGNE MCDONALD'S

M. PRIBETICH indique que les arguments sont similaires s'agissant de l'enseigne McDonald's.
Par ailleurs, il est précisé que le groupe McDonald's a mis en place un programme de mise en conformité de ses enseignes.

***

M. GRIMM invite la DIREN et le SDAP à présenter leur avis sur les deux dossiers.

M. DESGEORGES remarque que la loi fixe un cadre général afin d'éviter les débordements. La procédure de dérogation prévue par le code de l'environnement doit rester exceptionnelle et ne pas

s'apparenter à une mise en conformité qui éviterait à l'autorité compétente d'exiger la dépose des installations en infraction. L'avis défavorable de la DIREN est annexé au présent compte rendu.

M. MAROUZE ajoute que la loi ne prévoit pas de proportionnalité entre la dimension des enseignes et celle de l'établissement. Il souligne également que d'autres dispositifs installés par McDonald's sont en infraction et illustrent la formule « trop d'enseignes tue l'enseigne ». L'avis défavorable du SDAP est également annexé au présent compte rendu.

M. DEILLER présent au début de la séance n'a pu, pour des contraintes personnelles, participer au vote. Il a fait part avant son départ de son avis défavorable confirmé par un courriel ultérieur

***

Tout en reconnaissant les efforts importants consentis par la collectivité dans cette zone géographique, la commission émet un **avis défavorable** à la demande de la commune de Dijon pour la régularisation de l'enseigne IKEA avec :

- 2 avis favorables,
- 1 abstention,
- 7 avis défavorables auxquels il convient d'ajouter un avis défavorable émanant du représentant d'une association qui ne pouvait être présent au vote.

La commission émet également un **avis défavorable** à la demande de la commune de Dijon pour la régularisation de l'enseigne McDonald's avec :

- 2 avis favorables,
- 1 abstention,
- 7 avis défavorables auxquels il convient d'ajouter un avis défavorable émanant du représentant d'une association qui ne pouvait être présent au vote.

En effet, pour une large majorité des membres, ces deux demandes de dérogation ne semblent pas répondre aux dispositions prévues par l'article R.581-61 du code de l'environnement qui précise que le maire peut « *adapter aux circonstances locales, par arrêté, les dispositions prévues par l'article R.581-60 lorsque* ***les enseignes contribuent de façon déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées*** ». Il a été considéré que les dimensions dérogatoires de ces enseignes n'apparaissaient pas de nature à contribuer de façon déterminante ni à la mise en valeur des lieux ni aux activités qui y sont exercées.

***

L'ordre du jour étant épuisé, M. le Directeur des relations avec les collectivités locales et de l'environnement lève la séance à 17 h 15.

Le Président,

André GRIMM

Annexe 3

Direction départementale de l'Équipement
COTE D'OR

DDE21/SIS/PESR

COMMISSION DEPARTEMENTALE DE LA NATURE DES PAYSAGES ET DES SITES

SEANCE DU 14 OCTOBRE 2009 EN PREFECTURE DE COTE D'OR

ETUDE RELATIVE A L'ENSEIGNE Mc Donald'S SITUEE A DIJON

RAPPORT DE PRESENTATION DU DOSSIER

PLAN DU RAPPORT

- Préambule
- Description de l'objet

1) Contribution à la mise en valeur des lieux
a) vision proche
b) vision lointaine

2) Contributions aux activités exercées

Avis du Directeur Départemental de l'Equipement

Annexe: article 581-61 du Code de l'Environnement

Préambule

L'enseigne Mc Donald's qui jouxte la rue de Cracovie dans la zone d'activités économiques Cap nord contrevient aux dispositions de l'article R581-60 du Code de l'environnement ; en effet, sa hauteur dépasse les 8 m de haut autorisés pour les enseignes de moins de 1m de large (elle a été estimée supérieure à 11m).

L'association Paysages de France a saisi le maire de DIJON le 7 janvier 2008 et le préfet le 31 mars 2008 à effet de faire supprimer ou mettre en conformité ce dispositif en infraction arguant de ce dépassement de hauteur.

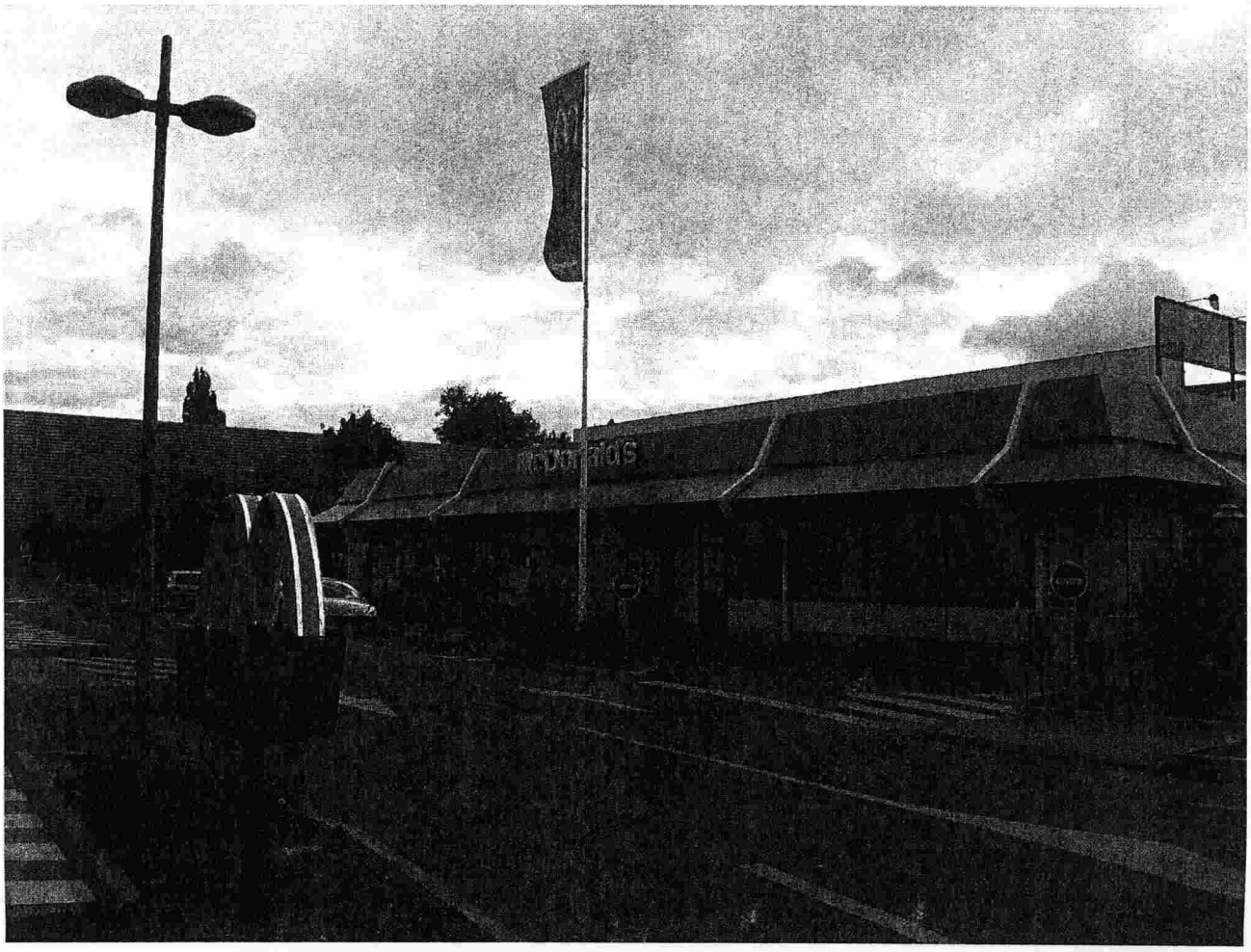
Le maire de DIJON propose, comme l'article R581-61 du Code de l'environnement l'y autorise (cf. : texte en annexe), une adaptation des dispositions de l'article R581-60 qui permettrait de régulariser le dispositif.

A cet effet, le maire par courrier du 11 septembre 2009 a saisi le préfet et c'est pour examiner ce dossier que la commission départementale de la nature des paysages et des sites est réunie en formation « publicité ».

Le dossier de la mairie s'intitule « Etude de l'enseigne Mc Donald's » et ne comporte pas de projet d'arrêté. On admettra dans la suite de ce rapport que le débat de la commission, s'il ne porte pas sur un projet d'arrêté, portera à titre subsidiaire sur un arrêté qui autoriserait cette enseigne.

Le dossier de la mairie a été complété par un document de deux pages non daté intitulé « Etudes des enseignes IKEA et Mac Donald's - Additif au dossier du 11 septembre 2009 ».

Il convient de préciser que l'avis qu'emmétra la commission est un avis simple et qu'il ne contraint pas la mairie à suivre cet avis.



Il revient, comme le prévoit l'article R581-61 du code de l'environnement, à la commission d'émettre un avis sur la contribution déterminante :
1) à la mise en valeur des lieux considérés
2) ou aux activités exercées.
apportée par l'enseigne Mc Donald's qui justifierait que les règles de l'article R581-60 seraient adaptées aux circonstances locales.

Rappel de la définition d'une enseigne au sens du code de l'environnement :

« constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce »

Description de l'enseigne :

Pour la description de l'objet du débat, on se reportera d'abord aux photographies du présent rapport ou à celles qui illustrent le rapport de la Ville de DIJON.

L'enseigne se compose d'un mat métallique d'une hauteur d'environ 11 mètres. Il est ancré dans le sol.

Au sommet du mat, l'enseigne proprement dite est constituée par un drapeau.

Pour situer l'enseigne, on se rapportera aux photographies du dossier de la mairie.

L'enseigne est située sur le parking de l'établissement Mc Donald's en retrait de la rue de Cracovie.

Dans l'entourage proche du mat, on trouvera :

- au nord, la rue de Cracovie
- à l'est la voie d'accès au parking et l'établissement KFC
- au sud, le parking
- à l'ouest, l'établissement Mc Donald's lui-même

****

Le présent rapport examinera successivement les deux séries d'arguments justificatifs d'une éventuelle adaptation aux circonstances locales tels qu'ils figurent à l'article R581-61.

1) Contribution déterminante à la mise en valeur des lieux

Le dossier de la Ville de DIJON donne une excellente description du paysage entourant l'enseigne avec un examen abondamment illustré de ses vues proches et lointaines.

On ajoutera à cette description celle qui est faite par le rapporteur, qui a, lui aussi, examiné la vision proche, puis la vision lointaine.

a) Vision proche

Vision depuis la rue de Cracovie
Description sommaire de l'environnement.

Le terrain de ce secteur de la ZAE est plat sauf pour ce qui concerne la RN274 (rocade de DIJON) qui est ici en remblai.
La rue de Cracovie est large et a été réaménagée aux standards d'aménagement de voirie actuels à l'occasion de la revitalisation de ce secteur de la ZAE :
- Colorisation des îlots et trottoirs,
- végétalisation d'espaces tant sur le domaine public que privé.
Toutefois aucune masque ne serait constitué par la végétation à court ou à moyen terme vis à vis d' une enseigne aux normes positionnée au même endroit.
-Les carrefours giratoires encadrant la section de voie considérée ont fait l'objet d'aménagements paysagers : plantations arbustives et emploi de matériaux nobles à caractère décoratif.

Le champ de visibilité depuis la voie est fermé dans le sens DIJON – SAINT APOLINAIRE du fait de la présence des bâtiments relativement proches de la voie.

En tout cas, l'enseigne se perçoit bien dans le sens SAINT APOLINAIRE – DIJON et sa hauteur influe peu sur cette perception dans ce sens sachant, par ailleurs, qu'une ligne continue sépare les 2 sens de circulation de la rue de Cracovie.

Dans le sens inverse, la perception de l'enseigne est nettement moins évidente, du fait principalement de son recul de la rue et de la présence des bâtiments et dispositifs publicitaires (dont un dispositif tenant le rôle de préenseigne pour l'établissement).
Il est envisageable que la hauteur hors norme visait précisément à pallier ce défaut sans résultat patent .

b) Vision lointaine

Depuis RN274

L'enseigne est visible dans une fenêtre ouverte entre les deux diffuseurs qui desservent le secteur de la ZAE Cap nord en question. Toutefois, vu les faibles dimensions de l'enseigne et sa visibilité aléatoire (liée à la présence de vent) elle n'est pas en mesure d'impacter significativement le paysage.

En conclusion de cet examen du paysage et des vues proche ou lointaines, on retiendra essentiellement que le terrain est plat, desservi par de nombreuses infrastructures (routes et rues) dont la RN274 (rocade) en remblai et que si l'ensemble « enseigne + établissement » est visible depuis la rue, la hauteur de l'enseigne n'apporte pas partout un « plus » au repérage de l'établissement.

L'argument exposé dans les deux pages remises par la ville insiste sur le rôle déterminant de l'implantation d'IKEA, mais aussi dans une moindre mesure de Mc Donald's, dans la redynamisation des lieux et comme symbole du renouveau économique de ce secteur, ce qui est tout à fait acceptable et compréhensible, mais ne justifie pas que l'enseigne en elle-même en tant qu'objet matériel, soit une contribution à ce dynamisme et à ce renouveau.

En inversant la formulation, on pourrait reformuler la question ainsi : si cette enseigne n'existait pas, ou si elle était à une hauteur de 8 m mètres, est-ce que la zone commerciale ou l'établissement lui-même serait moins fréquenté, est-ce que le développement économique en souffrirait, est-ce que l'image de toute l'agglomération en serait dévalorisée ?

On peut donc s'interroger sur l'impact qu'aurait sur la fréquentation des lieux l'absence ou la réduction des dimensions de cette enseigne.

2) Contribution déterminante aux activités exercées.

Les activités exercées par le bénéficiaire de l'impact visuel de l'enseigne sur le public sont des activités commerciales et il y a lieu d'observer que la zone de chalandise de ce commerce reste locale.

On comprendra ici que le commerçant cherche à localiser son commerce pour tout client afin de guider ce client (a priori un automobiliste) jusqu'au parking.

On admettra que plusieurs types de clientèles seront identifiées :

- les clientèles qui connaissent les lieux (on peut dire ceux de l'agglomération dijonnaise, qui ont déjà identifié le lieu) et l'ont déjà fréquenté.

Pour celles-ci l'enseigne n'a pas d'intérêt particulier.

- les clientèles qui ne connaissent pas les lieux (notamment celles qui viennent de loin, et pour la première fois).

Pour celles-là, l'enseigne pourra les guider vers le magasin, dans les dernières centaines de mètres de leur déplacement.

En fait, ce jalonnement du parcours peut et doit être obtenu par d'autres moyens, notamment par de pré-enseignes et par des RIS (relais information service).

Ainsi, la contribution aux activités exercées est sensible, mais ne semble pas déterminante. Car il n'est pas prouvé que la fréquentation avec enseigne soit très différente de la fréquentation sans enseigne ou avec une enseigne conforme à la loi.

Au surplus, le rôle de repérage économique et la plus-value possible que peut en tirer le commerce qui en bénéficie pourrait être revendiqué par tout commerce du voisinage, y compris par un commerce placé en situation directe de concurrence à l'égard de l'enseigne Mc Donald's.

On se trouverait alors devant un cas de figure de concurrence déloyale qui mérite réflexion et discussion.

AVIS DU DIRECTEUR DEPARTEMENTAL DE L'EQUIPEMENT

L'enseigne Mc Donald's qui est située en retrait de la rue de Cracovie au niveau de l'accès à cet établissement dans le sens DIJON SAINT - APOLLINAIRE de la rue contrevient aux dispositions de l'article R581-60 du Code de l'environnement ; en effet, elle a une hauteur qui dépasse les 8m de haut autorisés pour les enseignes de moins de 1m de large (elle a été estimée supérieure à 11m).

Le maire de DIJON propose, comme l'article R581-61 du Code de l'environnement l'y autorise, une adaptation des dispositions de l'article R581-60 qui permettrait de régulariser le dispositif.
Cette adaptation n'est toutefois possible que si les enseignes contribuent de façon **déterminante :**
1) à la mise en valeur des lieux considérés
2) ou aux activités exercées.

Analyse de la contribution déterminante à la mise en valeur des lieux :

Cette contribution n'apparaît pas comme argument significatif dans le rapport présenté par la commune puisqu'il y est convenu, dans les conclusions, je cite : « qu'il est vrai que cette enseigne ne joue pas un rôle essentiel dans la mise en valeur du site ».

Analyse de la contribution déterminante aux activités exercées :

Suivant le dossier de présentation, la fonction de R.I.S. (relai d'information service) de zone motive la hauteur et les dimensions hors normes du dispositif.
Toutefois, et suivant ce qui a été indiqué dans mon rapport au sujet de la vision sur l'enseigne à longue distance, je ne retiens pas que cet objectif ait été atteint.
En tout cas, la fonction de relai d'information service (RIS) telle que proposée ici voire de « phare » n'est pas une fonction reconnue aux enseignes par la réglementation. Je rappelle que la fonction d'indiquer une activité commerciale à longue distance incombe aux pré enseignes.

J'indique que l'écart en cause vis à vis de la réglementation viserait aussi à pallier un défaut de visibilité sur l'enseigne depuis la rue de Cracovie dans le sens DIJON – SAINT APOLINAIRE lié à la présence de masques : bâtiments (dont le restaurant lui-même) et dispositifs publicitaires.

Toutefois ce défaut est surtout lié au fait que le dispositif est implanté nettement en recul de la rue. Par ailleurs, l'établissement bénéficie d'une autre enseigne (située au même niveau que celle en cause mais moins en recul) et d'une préenseigne alors que les usagers circulant dans cette section de voie, dans le sens considéré, passeront forcément devant le restaurant.

L'adaptation à la réglementation, dans les circonstances de l'espèce ne trouvent pas de justification.

En conséquence de ces analyses, j'émets un avis défavorable au projet d'adaptation de la réglementation envisagé par le maire de DIJON.

Le 14 octobre 2009
Le Directeur Départemental de l'Equipement

François BORDAS

ANNEXE

Article R581-61 du code de l'environnement

Le maire peut, sauf dans les lieux et sur les immeubles mentionnés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 et dans les zones mentionnées au deuxième alinéa de l'article L. 581-18 dans lesquelles il existe des prescriptions relatives aux enseignes, adapter aux circonstances locales, par arrêté, les dispositions de l'article R. 581-56, du dernier alinéa de l'article R. 581-57, des troisième et quatrième alinéas de l'article R. 581-58, enfin de l'article R. 581-60 lorsque les enseignes contribuent de façon déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées.

Cet arrêté intervient après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites dans sa formation dite " de la publicité ". Cet avis est réputé acquis s'il n'a pas été émis dans les deux mois de la demande adressée par le maire au préfet.

Annexe 4

Direction départementale de l'Équipement
COTE D'OR

DDE21/SIS/PESR

COMMISSION DEPARTEMENTALE DE LA NATURE DES PAYSAGES ET DES SITES

SEANCE DU 14 OCTOBRE 2009 EN PREFECTURE DE COTE D'OR

ETUDE RELATIVE A L'ENSEIGNE IKEA SITUEE A DIJON

RAPPORT DE PRESENTATION DU DOSSIER

PLAN DU RAPPORT

- Préambule
- Description de l'objet

1) Contribution à la mise en valeur des lieux
a) vision proche
b) vision lointaine
c) questions connexes
2) Contributions aux activités exercées

Avis du Directeur Départemental de l'Equipement

Annexe: article 581-61 du Code de l'Environnement

Préambule

L'enseigne IKEA qui jouxte la rue de Cracovie dans la zone d'activités économiques Cap nord depuis l'inauguration du magasin en 2005 contrevient aux dispositions de l'article R581-60 du Code de l'environnement ; en effet, sa hauteur dépasse nettement les 6m50 de haut autorisés pour les enseignes de plus de 1m de large (sa hauteur a été estimée supérieure à 15m par les services de la DDE).

L'association Paysages de France a saisi le maire de DIJON le 7 janvier 2008 et le préfet le 31 mars 2008 à effet de faire supprimer ou mettre en conformité ce dispositif en infraction arguant de ce dépassement de hauteur.

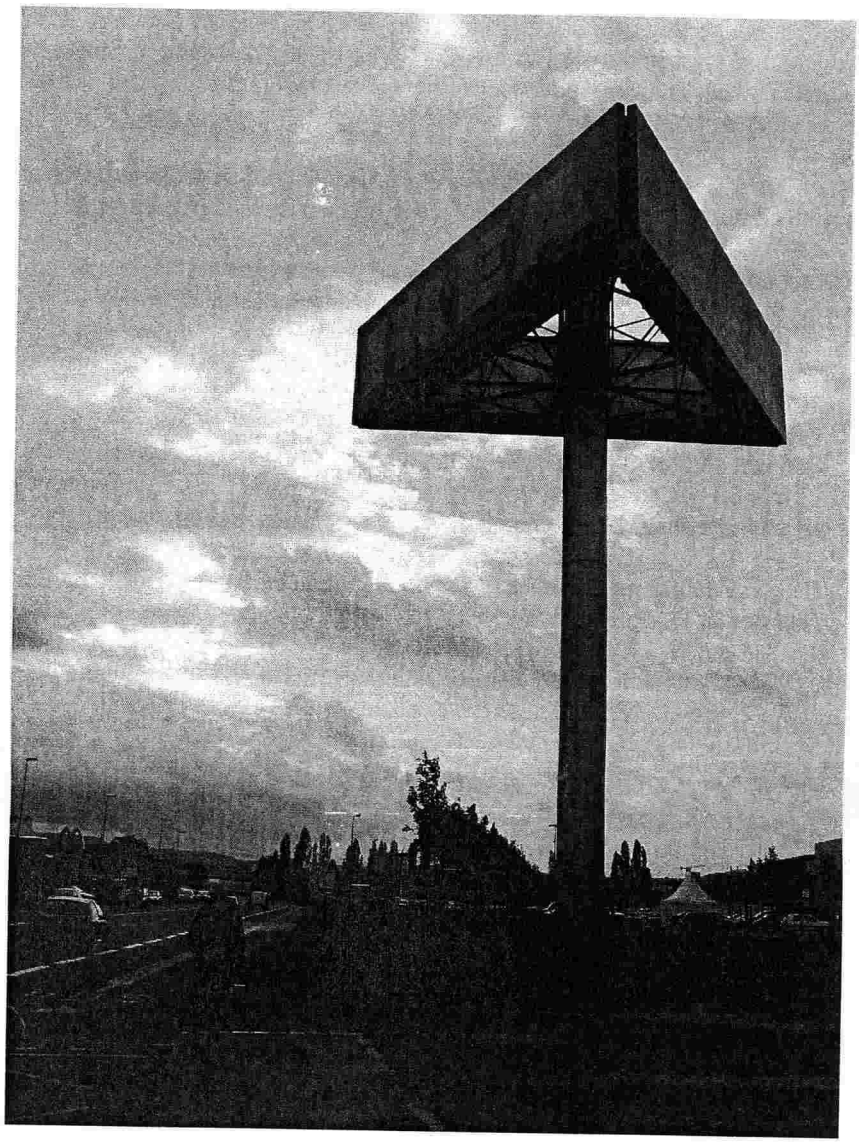
Le maire de DIJON propose, comme l'article R581-61 du Code de l'environnement l'y autorise (cf. : texte en annexe), une adaptation des dispositions de l'article R581-60 qui permettrait de régulariser le dispositif.

A cet effet, le maire par courrier du 11 septembre 2009 a saisi le préfet et c'est pour examiner ce dossier que la commission départementale de la nature des paysages et des sites est réunie en formation « publicité ».

Le dossier de la mairie s'intitule « Etude de l'enseigne IKEA » (12 pages) et ne comporte pas de projet d'arrêté. On admettra dans la suite de ce rapport que le débat de la commission, s'il ne porte pas sur un projet d'arrêté, portera à titre subsidiaire sur un arrêté qui autoriserait cette enseigne.

Le dossier de la mairie a été complété par un document de deux pages non daté intitulé « Etudes des enseignes IKEA et Mac Donald's - Additif au dossier du 11 septembre 2009 ».

Il convient de préciser que l'avis qu'emmétra la commission est un avis simple et qu'il ne contraint pas la mairie à suivre cet avis.



Il revient, comme le prévoit l'article R581-61 du code de l'environnement, à la commission d'émettre un avis sur la contribution déterminante :
1) à la mise en valeur des lieux considérés
2) ou aux activités exercées.
apportée par l'enseigne IKEA qui justifierait que les règles de l'article R581-60 seraient adaptées aux circonstances locales.

Rappel de la définition d'une enseigne au sens du code de l'environnement :

« constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce »

Description de l'enseigne :

Pour la description de l'objet du débat, on se reportera d'abord aux photographies du présent rapport ou à celles qui illustrent le rapport de la Ville de DIJON.

L'enseigne se compose d'un mat métallique d'1,50 m de diamètre environ et d'une hauteur comprise entre 15 et 20 mètres. Il est fortement ancré dans le sol.

Presque au sommet du mat, l'enseigne proprement dite, a la forme d'un polyèdre à 9 côtés, formé de deux triangles équilatéraux horizontaux, dont les sommets sont reliés par les arrêtes verticales du polyèdre. Se dégagent ainsi trois faces verticales rectangulaires comportant le nom de la marque et ses couleurs habituelles jaune orange sur fond bleu marine.

Un treillis métallique assure la liaison entre le mât et les deux triangles équilatéraux que le mât transperce en leur centre de gravité.

Pour situer l'enseigne, on se rapportera aux photographies du dossier de la mairie (pages 6 et 8).

L'enseigne est située sur le parking de magasin IKEA en bordure de la rue de Cracovie.

Dans l'entourage proche du mat, on trouvera :

- au nord, le magasin IKEA et son parking
- à l'est limitrophe, le magasin supermarché LECLERC et son parking avec des caddies
- au sud, sur l'autre côté de la rue de Cracovie, des activités commerciales et/ou industrielles
- à l'ouest, au delà de la rue de Mayence, les bâtiments du Marché de Gros

****

Le présent rapport examinera successivement les deux séries d'arguments justificatifs d'une éventuelle adaptation aux circonstances locales tels qu'ils figurent à l'article R581-61.

1) Contribution déterminante à la mise en valeur des lieux

Le dossier de la Ville de DIJON dans ses pages 4 à 10 est une excellente description du paysage entourant l'enseigne avec un examen abondamment illustré de ses vues proches et lointaines.

On ajoutera à cette description celle qui est faite par le rapporteur, qui a, lui aussi, examiné la vision proche, puis la vision lointaine.

a) Vision proche

1) Vision depuis la rue de Cracovie
Description sommaire de l'environnement.

Le terrain de ce secteur de la ZAE est plat sauf pour ce qui concerne la RN274 (rocade de DIJON) qui est ici en remblai.

La rue de Cracovie est large et a été réaménagée aux standards d'aménagement de voirie actuels à l'occasion de la revitalisation de ce secteur de la ZAE :

- Colorisation des îlots et trottoirs
- Végétalisation d'espaces tant sur le domaine public que privé (en limites du parking et sur le parking)

Toutefois aucun masque ne serait constitué par la végétation à court ou à moyen terme vis à vis d' une enseigne aux normes positionnée au même endroit. En tout cas, à plus long terme, un éventuel masque dû à ces plantations ne vaudrait que pour le sens de circulation DIJON – SAINT APOLLINAIRE suivant un angle de vision relativement restreint sachant par ailleurs qu'une ligne continue sépare les 2 sens de circulation de la rue de Cracovie.

-Les carrefours giratoires encadrant la section de voie considérée ont fait l'objet d'aménagements paysagers : plantations arbustives et emploi de matériaux nobles à caractère décoratif.

Le champ de visibilité depuis la voie est très ouvert du fait du retrait du bâtiment IKEA.

2) Vision depuis d'autres voies de la ZAE

Depuis la rue de Mayence l'usager qui circule en direction de la rue de Cracovie au niveau de la rue Ernest Chaput a une vision fugace sur sa gauche de l'enseigne permise par sa hauteur.
L'enseigne est également visible depuis le secteur de la zone situé derrière le magasin.

b) Vision lointaine

Provenant de la RN274 nord, L'enseigne se devine tout juste dans un secteur situé immédiatement après le carrefour Pompidou à condition toutefois qu'on veuille bien la chercher au loin sur un fond de paysage suburbain.

Provenant de DIJON-Centre (depuis la rue de Dallas donc) l'enseigne ne ce découvre, malgré sa hauteur, que légèrement en amont du carrefour giratoire avec la rue de Cracovie et la rue de Mayence et en tout cas après, d'une part, l'enseigne sur la face du bâtiment visible et, d'autre part, la série de drapeaux.

Provenant de la RN274 nord
L'enseigne se devine aléatoirement dans un secteur situé immédiatement après le carrefour Pompidou.
L'enseigne n'est pas visible, ni en approche, ni au niveau de la bretelle de sortie du diffuseur de Cracovie crée spécialement pour desservir la zone dans le sens considéré. Elle ne peut donc constituer, pour les usagers, un élément dictant la sortie au dit diffuseur.

Provenant de la RN274 sud

L'enseigne n'est visible qu'à partir de la rue de Cracovie et immédiatement* avant l'ouvrage de la RN274. Elle ne peut donc constituer, pour les usagers, un élément dictant la sortie au dit diffuseur.

* il est à relever que l'enseigne pourrait être vue plus en amont si elle était moins haute ; en effet, c'est ici le tablier du pont qui constitue un masque.

Sur la RN274 même l'enseigne est visible dans une fenêtre ouverte, pour chaque sens considéré, entre les deux diffuseurs qui desservent le secteur de la ZAE Cap nord en question.
La fonction de l'enseigne serait alors celle d'un rattrapage des usagers qui auraient manqué la sortie précédente.
En tout cas, l'enseigne située sur la face visible du bâtiment est également visible quasiment dans les mêmes conditions.

Provenant de la rue de Mayence.
Comme précisé plus haut, l'usager a une vision fugace de l'enseigne puis, dans le prolongement de sa course, il trouve clairement l'enseigne qui figure sur le bâtiment lui-même. En tout cas il est à relever que le trafic sur cette rue peut être caractérisé comme local.

c) Questions connexes

1) Celle relative à l'enseigne objet du présent rapport
Il est probable que ce dispositif dépasse aussi la limite de surface unitaire maximale des enseignes fixée par le même article à 16m² pour le cas des agglomérations de plus de 10 000 habitants ou qui font partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants ; en effet la longueur des côtés du prisme triangulaire constituant la partie utile de l'enseigne a été estimée par les services de la DDE à environ 12 m alors que sa hauteur a été estimée à plus de 2 m. Cet élément n'a toutefois pas pu être confirmé par une mesure précise et il n'a d'ailleurs pas été porté dans la saisine de l'association Paysages de France.

2) Celle relative aux autres enseignes scellées au sol sur le site d'Ikéa
Les 12 drapeaux situés au niveau de l'entrée située dans le carrefour giratoire rue de Dallas / rue de Mayence / rue de Cracovie ne sont pas conformes à l'article R581-60 du Code de l'environnement ; en effet, ils dépassent les 8 m autorisés pour les enseignes de moins de 1m de large (elle a été estimée supérieure à 12m par les services de la DDE).

En conclusion de cet examen du paysage et des vues proche ou lointaines, on retiendra essentiellement que le terrain est plat, desservi par de nombreuses infrastructures (routes et rues) dont la RN274 (rocade) en remblai et que si l'ensemble « enseigne + magasin » est visible de loin, la hauteur de l'enseigne n'apporte pas partout un « plus » au repérage du magasin.

L'argument exposé dans les deux pages remises par la ville insiste sur le rôle déterminant de l'implantation d'IKEA dans la redynamisation des lieux et comme symbole du renouveau économique de ce secteur, ce qui est tout à fait acceptable et compréhensible, mais ne justifie pas que l'enseigne en elle-même en tant qu'objet matériel, soit une contribution à ce dynamisme et à ce renouveau.

En inversant la formulation, on pourrait reformuler la question ainsi : si cette enseigne n'existait pas, ou si elle était à une hauteur de 6,50 mètres, est-ce que la zone commerciale ou le magasin lui-même serait moins fréquenté, est-ce que le développement économique en souffrirait, est-ce que l'image de toute l'agglomération en serait dévalorisée ?

On peut donc s'interroger sur l'impact qu'aurait sur la fréquentation des lieux l'absence ou la réduction des dimensions de cette enseigne.

2 **B) Contribution déterminante aux activités exercées.**

Les activités exercées par le bénéficiaire de l'impact visuel de l'enseigne sur le public sont des activités commerciales et il y a lieu d'observer que la zone de chalandise de ce commerce est fort vaste et qu'elle dépasse le département de la Côte d'Or.

On comprendra ici que le commerçant cherche à localiser son commerce pour tout client afin de guider ce client (a priori un automobiliste) jusqu'au parking.

On admettra que plusieurs types de clientèles seront identifiées :

- les clientèles qui connaissent les lieux (on peut dire ceux de l'agglomération dijonnaise, qui ont déjà identifié le lieu) et l'ont déjà fréquenté.

Pour celles-ci l'enseigne n'a pas d'intérêt particulier.

- les clientèles qui ne connaissent pas les lieux (notamment celles qui viennent de loin, et pour la première fois).

Pour celles-là, l'enseigne pourra les guider vers le magasin, dans les dernières centaines de mètres de leur déplacement. Mais si le but de leur déplacement lointain était justement de venir dans ce magasin, il n'est pas douteux qu'ils y parviennent en toute hypothèse.

En fait, ce jalonnement du parcours peut et doit être obtenu par d'autres moyens, notamment par de pré-enseignes et par des RIS (relais information service).

Ainsi, la contribution aux activités exercées est sensible, mais ne semble pas déterminante. Car il n'est pas prouvé que la fréquentation avec enseigne soit très différente de la fréquentation sans enseigne ou avec une enseigne conforme à la loi.

Au surplus, le rôle de repérage économique et la plus-value possible que peut en tirer le commerce qui en bénéficie pourrait être revendiqué par tout commerce du voisinage, y compris par un commerce placé en situation directe de concurrence à l'égard de l'enseigne IKEA.

On se trouverait alors devant un cas de figure de concurrence déloyale qui mérite réflexion et discussion.

AVIS DU DIRECTEUR DEPARTEMENTAL DE L'EQUIPEMENT

L'enseigne IKEA qui jouxte la rue de Cracovie au niveau de l'accès au magasin dans le sens SAINT - APOLLINAIRE DIJON contrevient aux dispositions de l'article R581-60 du Code de l'environnement ; en effet, elle a une hauteur qui dépasse nettement les 6m50 de haut autorisés pour les enseignes de plus de 1m de large (de plus du double voire du triple ; sa hauteur a été estimée supérieure à 15m mes services).

S'ajoute la forte probabilité, suivant les constatations et estimations effectuées par mes services, que ce dispositif dépasse aussi la limite de surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol fixée par le même article à 16m² pour le cas des agglomérations de plus de 10 000 habitants ou qui font partie d'un ensemble multicommunal de plus de 100 000 habitants et je suggère qu'une vérification soit effectuée ultérieurement à ce propos ou qu'une confirmation (ou infirmation) de ces estimations puisse être faite par les services du Grand DIJON ou par le commerçant qui doivent disposer des plans côtés du dispositif.

Le maire de DIJON propose, comme l'article R581-61 du Code de l'environnement l'y autorise, une adaptation des dispositions de l'article R581-60 qui permettrait de régulariser le dispositif.
Cette adaptation n'est toutefois possible que si les enseignes contribuent de façon **déterminante :**
1) à la mise en valeur des lieux considérés
2) aux activités exercées.

Analyse de la contribution déterminante à la mise en valeur des lieux :

Ainsi qu'il a été exposé ci-dessus à travers une analyse des vues proches et des vues lointaines, il ne semble pas avoir été démontré de manière paysagère que la hauteur de l'enseigne apportait une contribution déterminante à la mise en valeur des lieux
Comme il est stipulé dans le dossier présenté par la ville, la vue sur l'enseigne depuis la rue de Cracovie est la vue la plus discutable ; en effet, le dispositif revêt là un caractère d'omniprésence qui est lié à sa hauteur mais aussi au volume de la structure triangulaire utile. S'il est supportable de loin, de près, sa masse pesante en fait un objet qui ne semble pas être à la bonne échelle et qui a des dimensions excessives.
Il est envisagé que des aménagements complémentaires soient mis en œuvre afin de le rendre moins imposant visuellement sans que ces aménagements soient précisés ; en tout cas j'émets de doutes sur la possibilité d'atténuer l'effet d'écrasement perçu depuis la rue.

Analyse de la contribution déterminante aux activités exercées :

Suivant le dossier de présentation, la fonction de R.I.S. (relai d'information service) de zone motive la hauteur et les dimensions hors normes du dispositif.
Toutefois, et suivant ce qui a été indiqué dans mon rapport au sujet de la vision sur l'enseigne à moyenne ou longue distance, je ne retiens pas que cet objectif ait été atteint.
En tout cas, la fonction de relai d'information service (RIS) telle que proposée ici voire de « phare » n'est pas une fonction reconnue aux enseignes par la réglementation. Je rappelle que la fonction d'indiquer une activité commerciale à longue distance incombe aux pré enseignes.

Si au moment de l'ouverture du magasin en 2005 ce dispositif pouvait se révéler utile pour représenter un signal de la zone, à ce jour et après plusieurs années de fonctionnement commercial, il apparaît qu'il ne se justifie plus.

En conséquence de ces analyses, j'émets un avis défavorable au projet d'adaptation de la réglementation envisagé par le maire de DIJON.

Le Directeur Départemental de l'Equipement

ANNEXE

Article R581-61 du code de l'environnement

Le maire peut, sauf dans les lieux et sur les immeubles mentionnés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 et dans les zones mentionnées au deuxième alinéa de l'article L. 581-18 dans lesquelles il existe des prescriptions relatives aux enseignes, adapter aux circonstances locales, par arrêté, les dispositions de l'article R. 581-56, du dernier alinéa de l'article R. 581-57, des troisième et quatrième alinéas de l'article R. 581-58, enfin de l'article R. 581-60 lorsque les enseignes contribuent de façon déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées.

Cet arrêté intervient après avis de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites dans sa formation dite " de la publicité ". Cet avis est réputé acquis s'il n'a pas été émis dans les deux mois de la demande adressée par le maire au préfet.

Annexe 5

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFECTURE DE LA COTE-D'OR

PRÉFECTURE DE LA CÔTE-D'OR
12 OCT. 2009
COURRIER ARRIVÉE

Préfecture de la Côte d'Or
DRCLE
Bureau de l'Environnement
21041 D I J O N CEDEX
A l'attention d'Eléonore ROGER

Ministère Culture Communication

Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine

39, rue Vannerie
21000 Dijon
Tél. : 03 80 68 42 85
Fax : 03 80 68 42 86

Affaire suivie par J.M. MAROUZE
Références JMM/JK/EZ68-69.09

Dijon, le 8 octobre 2009

OBJET : DIJON – Enseignes McDONALD'S et IKEA non conformes à la réglementation en vigueur ; demande de régularisation
REF. : Votre transmission du 14/09/2009
P.J. : Mon rapport de présentation à la prochaine commission départementale de la nature, des paysages et des sites

Vous m'avez transmis, pour avis, deux dossiers déposés par la commune de Dijon, concernant les enseignes McDonald's et Ikea non conformes à la réglementation en vigueur.

J'ai l'honneur de vous transmettre, ci-dessous, mon avis sur ces demandes de régularisation.

Enseigne MAC DONALD'S

Il paraît, au préalable, nécessaire de rappeler l'esprit de la loi, en complément du contexte juridique présent dans le dossier.

S'il est vrai qu'une enseigne a pour but de signaler un commerce et, de ce fait, favoriser l'économie, il apparaît tout autant qu'elle doit s'exercer dans un cadre de concurrence raisonnable, l'excès d'un commerçant ayant pour résultat de léser les autres, puisqu'il est reconnu par la profession elle-même qu'une signalisation trop importante devient illisible, ce que résume la formule « trop d'enseignes tue l'enseigne ».

Ceci se traduit, dans la réglementation, par une hauteur maximum de 6,50 m., ou 8 m., amplement visible en bordure de rue, étant à remarquer que la vision lointaine ressort du domaine de la préenseigne et que l'enseigne n'a pas, à ce jour, ce rôle.

De la même manière, le nombre des enseignes est limité de façon à éviter leur prolifération.

Dans le cas présent, on peut dénombrer :
- un totem exploitant la hauteur réglementaire,
- le mât incriminé,
- deux « enseignes » à plat sur les façades du bâtiment,
- un panneau surplombant la précédente, certes relatif à l'activité exercée, mais plus assimilable à une publicité car destiné à attirer l'attention du client,
- un panneau de 3m X 4m, servant de préenseigne.

La dérogation apparaît dès lors totalement injustifiée et une étude complémentaire est à mener vis-à-vis des autres dispositifs, pour compléter le procès-verbal d'infraction.

Enseigne IKEA

Cette demande pose une problématique différente de la précédente. Dans ce cas, le nombre d'enseignes est limité, le gigantisme suppléant à la qualité. Le dossier explique que, compte tenu de la taille des bâtiments et de l'étendue du terrain, une échelle plus importante est justifiée.

Il convient toutefois d'observer :
- que la loi ne prévoit pas de progressivité de la taille en fonction des surfaces ou du nombre de clients et n'accepte de dérogation que lorsque la mise en valeur des lieux considérés ou des activités qui y sont exercées sont entravées de façon déterminante, ce qui n'est pas le cas ici (terrain bordé par deux rues et visible de la Rocade Est de Dijon) ;

- que ce mât joue surtout un rôle de préenseigne ; s'il situe l'activité de loin, il ne marque pas directement les entrées et ne contribue pas au repérage des clients ;

- que le masque potentiel par d'autres dispositifs ou bâtiments est le lot de tous les commerces, chacun ne pouvant être visible à des centaines de mètres à la ronde et serait de nature à justifier la systématisation des dispositifs hors gabarit.

Le dossier exprime enfin clairement qu'au-delà du positionnement du magasin IKEA, ce dispositif joue un rôle de signal et d'appel pour l'ensemble de la zone, à tel point qu'il est proposé de lui faire jouer un rôle de RIS. C'est, à l'évidence, un détournement de la fonction.

Pour l'ensemble de ces raisons, j'émets un avis défavorable à la demande de régularisation.

L'Architecte des Bâtiments de France
Chef du Service Départemental
de l'Architecture et du Patrimoine de Côte d'Or
Jean-Michel MAROUZE

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Annexe 6

- 7 OCT. 2009
COURRIERS ARRIVÉE

PRÉFECTURE DE LA REGION BOURGOGNE

Dijon, le - 6 OCT. 2009

Direction régionale de l'Environnement
BOURGOGNE

Service Territoires
Et Patrimoine n°1159

Référence : votre courrier du 14 septembre 2009
Vos réf. : dossier suivi par Mme E. ROGER

Affaire suivie par : Dominique DESGEORGES
Dominique.desgeorges@developpement-durable.gouv.fr
Tél. 03 80 63 18 69 – **Fax :** 03 80 63 18 51

Le Directeur régional de l'Environnement
Par intérim

à

Préfecture de Côte d'Or
DRCLE
Bureau de l'Environnement
21041 DIJON CEDEX

Objet : projet d'enseignes Mc Donald et IKEA

Les deux enseignes concernées par la demande de dérogation présentée par la commune de Dijon sont déjà implantées sur site et par conséquent illégales par rapport aux dispositions de l'article R581-60 du code de l'environnement, lequel fixe des limites pour les dimensions des enseignes commerciales en vue de préserver les paysages urbains et péri-urbains.

Il convient au préalable de rappeler notamment le courrier du 23 juin 2008 signé par la Secrétaire d'Etat chargée de l'écologie et le Secrétaire d'Etat chargé de l'aménagement du territoire attirant l'attention des services sur les conséquences du manque de vigilance concernant la maîtrise de la publicité et des enseignes qui se traduit « par une dégradation paysagère aux entrées de ville, dans les zones commerciales périphériques et le long des principaux axes routiers alors même que nos concitoyens manifestent une sensibilité croissante à la qualité de leur cadre de vie ». « L'organisation de la police spécifique à cette réglementation doit être renforcée ». La production de règlements locaux est également encouragée en liaison avec les citoyens et les associations de défense de l'environnement.

La demande faite par la commune résulte de l'article R581-61, lequel mentionne que le maire peut adapter aux circonstances locales, les dispositions réglementaires « lorsque les enseignes contribuent de façon déterminante à la mise en valeur des lieux considérés ou aux activités qui y sont exercées », Ces deux conditions fixe l'esprit dans lequel cette procédure doit être conduite, c'est à dire rester exceptionnelle et ne pas s'apparenter à une mise en conformité qui éviterait à l'autorité compétente d'exiger la dépose des installations en infraction.

Projet Mc Donald : l'enseigne installée par cet établissement, pavillon sur mât de 11 m de hauteur (au lieu des 8 autorisés par le code) est un des éléments constituants une signalétique complète et très prégnante par ses dimensions et ses couleurs vives, destinée à signaler la présence de l'établissement. Une visite sur place permet de constater que l'emplacement et l'accès de l'établissement ne peuvent échapper à la clientèle habituelle ou occasionnelle.

PJ :
Copie à : ABF

Ressources, territoires et habitats
Énergie et climat
Développement durable
Prévention des risques
Infrastructures, transports et mer

Présent pour l'avenir

www.developpement-durable.gouv.fr

Pourquoi alors ne pas avoir limiter la hauteur du mât à 8 mètres ? Qu'apportent vraiment pour l'information de la clientèle ces 3 mètres supplémentaires ? Rien de plus pour le visibilité et l'information du visiteur, contrairement à ce qui est écrit dans rapport de présentation en page 4.

Dans ces conditions la demande de dérogation concernant l'enseigne de Mc Donald ne m'apparaît donc pas correspondre aux conditions de dérogation prévue par le code de l'environnement en ce sens qu'elle ne contribue nullement de façon déterminante à la mise en valeur des lieux (elle ne remplace pas par exemple une signalétique existante mal intégrée...) et ne contribue nullement à une signalisation de l'établissement plus « performante ».

Je formule donc un avis défavorable sur cette demande de dérogation.

Projet IKEA : le rapport de présentation du projet, dont les dimensions ne sont curieusement pas précisées (+ de 16m de hauteur et + de 1m de largeur...) mais dont on voit bien sur site qu'elles sont très importantes, mentionne un certain nombre d'affirmations contradictoires et contestables qui tentent à prouver que le projet s'insère dans l'environnement urbain de la ville et du site commercial.

Il est dit notamment :

p.3 que « le groupe IKEA a souhaité minimiser les impacts visuels sur l'environnement, tant immédiats que lointains »

p.4 que cette signalétique est plus ou moins visible selon les cônes de vue : du *point A,* (vision à partir de la rocade Nord considérée comme « totalement aléatoire » du fait de la distance importante; du *point B,* vision à partir de la rocade Est par une « fenêtre » de quelques centaines de mètres seulement ; des *points C, D et* E, visions rapprochées à partir des 2 rond-points d'accès au site commercial et d'une voie de desserte interne...

Il est également spécifié p 4 :

- que l'enseigne IKEA, par sa hauteur et sa forme, ne bouleversera les ambiances du site et participera à sa mise en valeur,

- que l'importance de l'impact des projets de signalétique dans le paysage urbain ne dépend pas forcément de leur hauteur mais du contraste des teintes vives utilisées, de leur implantation, de leur nombre ou de leur isolement...et que, dans le cas présent, les couleurs jaune et bleu marine de l'enseigne IKEA , discrètes et sobres, forment « une transition apaisée avec l'environnement bâti et végétal »...

- que la hauteur du projet est « à relativiser dans un environnement bâti qui comprend déjà des immeubles de grand gabarit »... et que l'enseigne IKEA, par sa hauteur et sa forme, ne bouleverse pas les ambiances du site et participe à sa mise en valeur...etc,

Cet argumentaire, qui minimise volontairement l'impact dans le paysage urbain de cet équipement, revient aussi à considérer qu'en définitive l'enseigne de grande hauteur en place n'est pas utile pour les visions éloignées mais reste efficace pour l'environnement proche de la surface commerciale. Or à cet égard la signalétique de proximité (notamment les lettres jaunes de grande dimensions peintes sur le bardage bleu marine du bâtiment et l'abondance des panneaux directionnels qui entourent le site) sont très largement suffisantes pour informer les visiteurs qui arrivent par les transports en commun ou se rendant sur site avec un véhicule particulier.

Dans ces conditions la demande de dérogation concernant l'enseigne illégale d' IKEA ne m'apparaît donc pas correspondre aux conditions de dérogation prévue par le code de l'environnement en ce sens qu'elle ne contribue nullement de façon déterminante à la mise en valeur du site d'activités ; au contraire ses dimensions et sa hauteur dominante ne sont pas du tout à l'échelle des lieux. Cette enseigne ne contribue pas non plus à la mise en valeur déterminante de l'activité commerciale.

Je formule donc un avis défavorable sur cette demande de dérogation.

Le Directeur Régional de l'environnement P/I

HUGUES DOLLAT