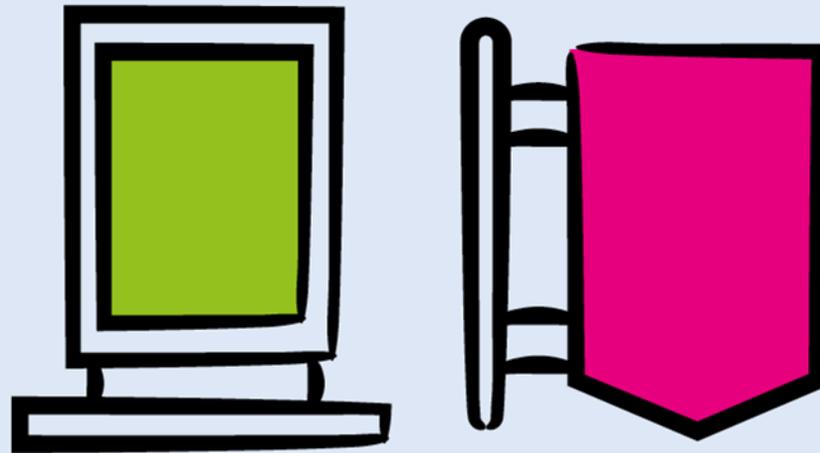


Diagnostic et orientations générales du RLPi



Rappel de quelques dates

- **3 février 2020** : délibération de la **prescription du RLPI**
- **15 septembre 2020** : choix de l'assistance à maîtrise d'ouvrage : **Vue Commune** (Alice Lutton)
- **17 novembre 2020** : **1^{er} comité de pilotage** (le Diagnostic)
- **2 février 2021** : **2^{ème} comité de pilotage** (propositions des Orientations générales du futur RLPI)
- **10 février 2021** : **1^{ère} réunion des PPA**, puis **1^{ère} réunion avec les professionnels de l'affichage**

I. Contexte de l'élaboration du RLPi

Les marges d'action du RLPi

PRINCIPALEMENT

- Restreindre les possibilités d'installations publicitaires résultant des règles nationales

EVENTUELLEMENT

- Déroger à l'interdiction de publicité dans les abords des monuments historiques

EVENTUELLEMENT

- Restreindre les conditions d'installation des enseignes

LES LIMITES DU RLPi :

- Pas de contrôle du contenu des messages
- Pas d'interdiction absolue de publicité
- Pas de finalité autre que la protection du cadre de vie et des paysages

Contexte actuel

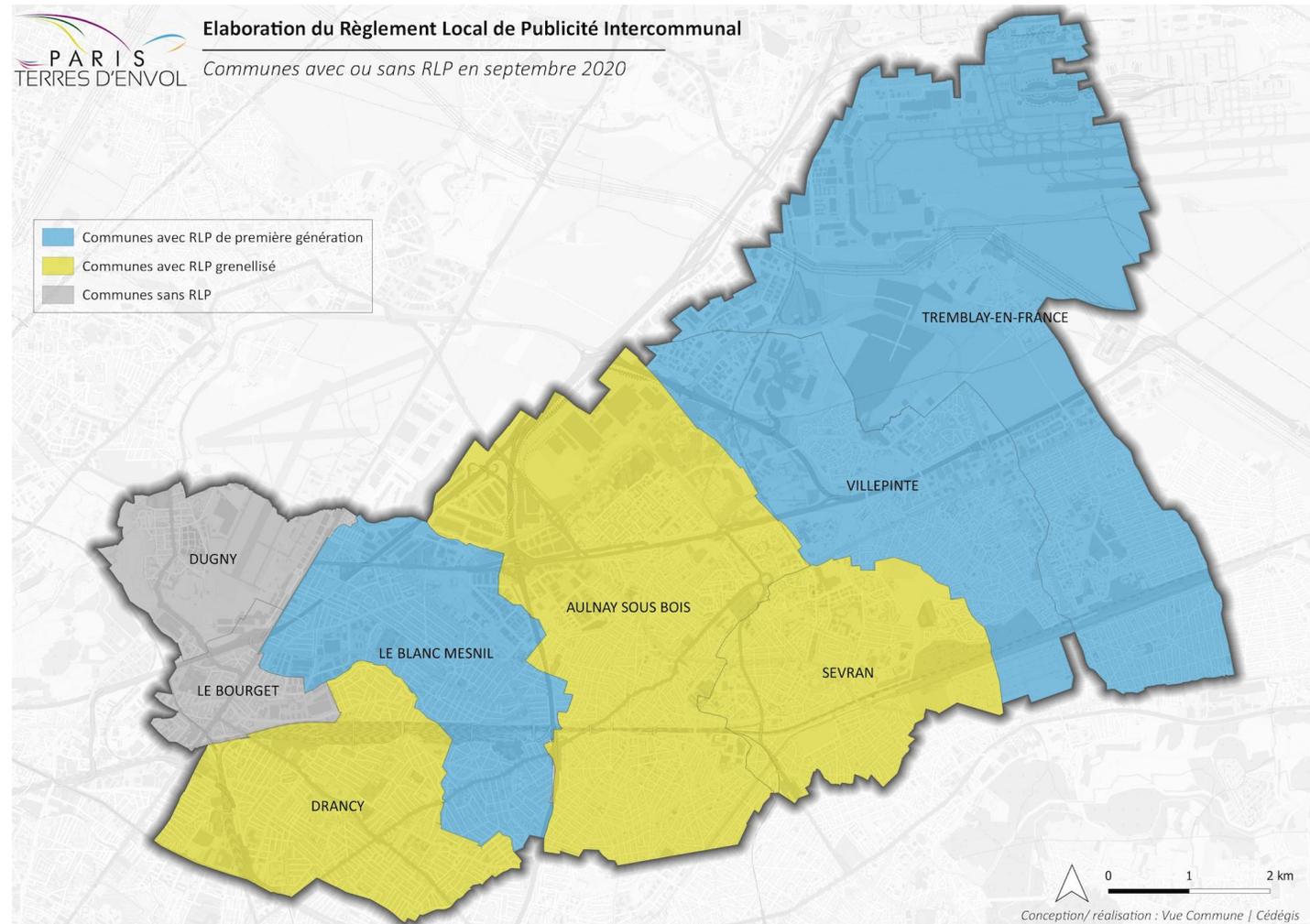
Deux cas de figure :

6 communes qui ont fait le choix d'adapter la réglementation nationale à leur contexte local spécifique

- Autorité de police de l'affichage : Maire
- Caducité de certains RLP communaux le 13 juillet 2022

2 communes soumises aux seules règles nationales

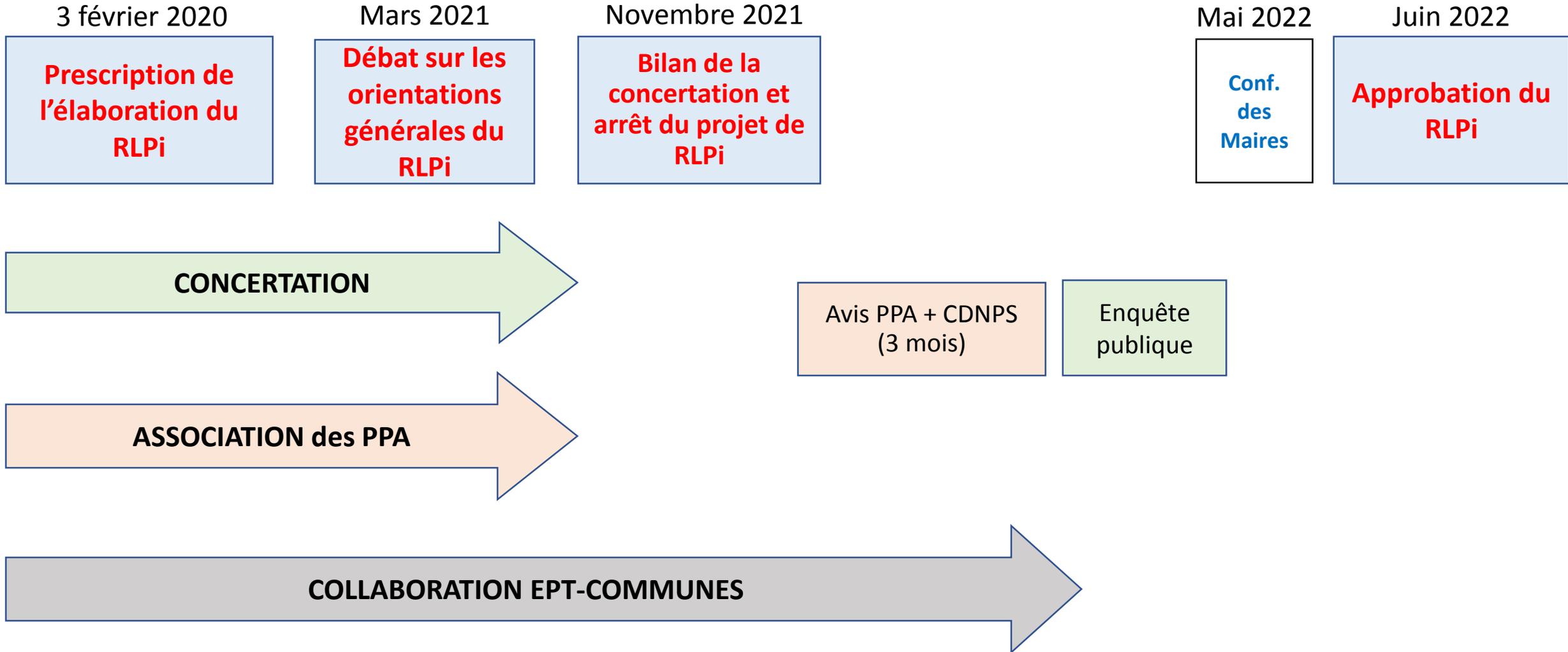
- Autorité de police de l'affichage : Préfet



L'EPT, devenu compétent, a engagé l'élaboration d'un RLPi qui couvrira les 8 communes.

A l'entrée en vigueur du RLPi, chaque Maire exercera les pouvoirs de police de l'affichage.

La procédure d'élaboration du RLPi (idem PLUi)



La procédure d'élaboration du RLPi (idem PLUi)

Procédure pilotée par l'EPT, en lien étroit avec les communes et les différents partenaires/personnes intéressés

COLLABORATION EPT-COMMUNES

- **Principe de co-construction** : mise en place d'un **COTECH**, d'un **COFIL** et d'un **élu référent** dans chaque commune
- **Conseils des Maires, Commissions thématiques**
- **Ateliers par groupes** de communes et **entretiens individuels**

CONCERTATION

- **Informations** sur les sites internet EPT et Villes + journaux municipaux
- **Registres** à l'EPT et dans chaque commune, **adresse mail dédiée**
- Au moins une **réunion publique** ouverte à tous, et deux **réunions spécifiquement dédiées aux afficheurs et associations**

ASSOCIATION DES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS (PPA)

- Au moins **deux réunions** (présentation du diagnostic puis de l'avant-projet)
- **Porter à Connaissance** de l'Etat (reçu le 23 juin 2020)
- **Avis sur le projet de RLPi arrêté**

II. Synthèse des 6 RLP communaux

Principales zones et règles instaurées par les 6 RLP communaux

SECTEURS TRAITES	COMMUNES	PRINCIPALES REGLES LOCALES
Centres-villes, entrées de villes, abords des monuments historiques	Aulnay-sous-Bois, Drancy, Sevrans, Tremblay-en-France	<ul style="list-style-type: none"> - Dans la plupart des communes: interdiction de toute publicité sauf sur mobilier urbain - Tremblay-en-France: publicités murales et scellées au sol admises (4m²)
Secteurs résidentiels (= lieux agglomérés définis a contrario des autres zones)	Aulnay-sous-Bois, Drancy, Le Blanc-Mesnil, Sevrans, Tremblay-en-France, Villepinte	<ul style="list-style-type: none"> - Interdiction publicité lumineuse - Interdiction publicité murale ou scellée au sol selon les cas - Quand elles sont admises : publicités scellées au sol et murales de 12m² ou 8m² (un dispositif par linéaire d'au moins 15m, 20m ou 30m selon les cas)
Domaine ferroviaire	Aulnay-sous-Bois	<ul style="list-style-type: none"> - Interdiction publicité lumineuse - Sur quais de gares: publicité scellée au sol 8m² avec interdistance d'au moins 100m
Zones commerciales, zones d'activités, axes structurants	Aulnay-sous-Bois (PSA, Parinor...), Drancy, Le Blanc-Mesnil, Sevrans, Villepinte	<ul style="list-style-type: none"> - Interdiction des publicités murales - Publicité scellée au sol admise à raison d'un dispositif de 12m² ou 8m² par linéaire de façade d'au moins 12m, 30m ou 100m selon les cas,

A noter : certains RLP (Drancy, Sevrans, Aulnay-sous-Bois) ont instauré des règles très précises en matière d'enseignes.

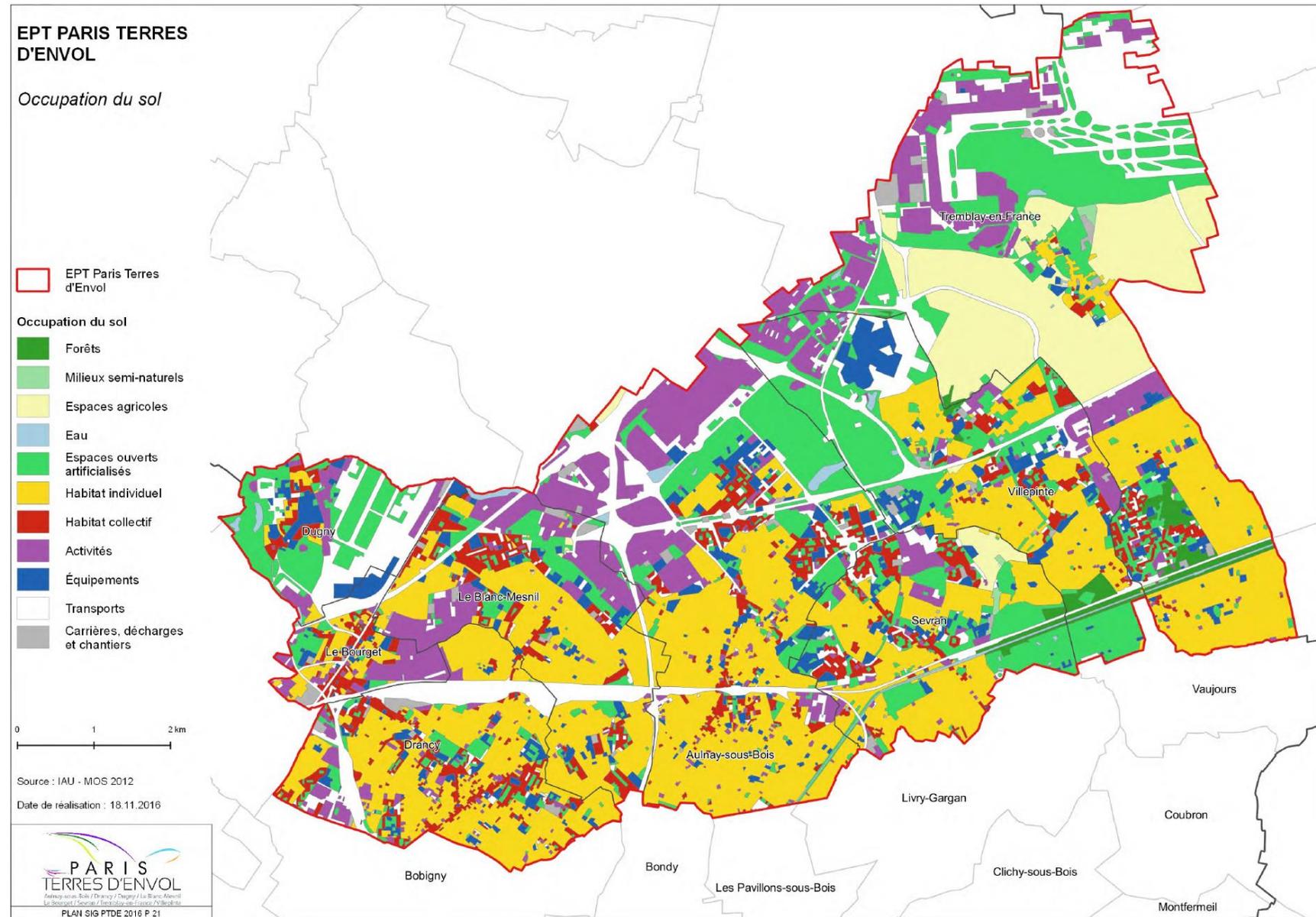
III. Règlementation nationale applicable au territoire, en l'absence de RLPi

Les règles nationales constituent le « standard » à partir duquel sont élaborées les règles locales

Interdiction de publicité hors agglomération

PRINCIPE FONDAMENTAL : LA PUBLICITE EST INTERDITE EN DEHORS DES AGGLOMERATIONS (= tissu urbanisé, ensemble bâti rapproché).

20% du territoire de Paris Terres d'Envol est constitué de secteurs naturels, non agglomérés, où toute publicité est interdite.



Exception à l'interdiction de publicité hors agglomération : le cas de l'aéroport de Paris - Charles de Gaulle

En dérogation au principe d'interdiction de publicité hors agglomération, le code de l'environnement admet la publicité à l'intérieur de l'emprise des aéroports, même s'ils sont situés hors agglomération.

Pour les aéroports dont le flux annuel de passagers est supérieur à 3 millions de personnes (valable pour Roissy, mais pas Le Bourget), les publicités scellées au sol non lumineuses et les publicités numériques peuvent s'élever jusqu'à **10m** au dessus du niveau du sol et avoir une surface de **50m²**.



Le RLPi ne comportera pas de règles spécifiques aux publicités implantées hors agglomération dans l'emprise de l'aéroport.

En agglomération : des secteurs d'interdiction de publicité

INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITE (le RLPi ne pourra pas y déroger)

- **Sur les monuments historiques**
- Sur les monuments naturels et dans les **sites classés**
- Dans les cœurs de parcs nationaux et réserves naturelles
- Sur les **arbres**

Art.L.581-4 c.env.

INTERDICTION RELATIVE DE PUBLICITE (le RLPi pourrait y déroger)

- **Aux abords des monuments historiques** (= périmètre délimité ou à défaut rayon 500m + covisibilité) ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables
- Dans les parcs naturels régionaux
- Dans les sites inscrits
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux
- Dans les **zones Natura 2000**

Art.L.581-8 c.env.

Secteurs d'interdiction de publicité

- ▭ Limites communales
- Lieux d'interdiction de la publicité**
- ★ MH classé
- ★ MH inscrit
- ▭ Site classé
- ▭ Lieu situé à moins de 500m d'un MH (interdiction en cas de covisibilité)
- ▭ Zone Natura 2000 (ZPS)



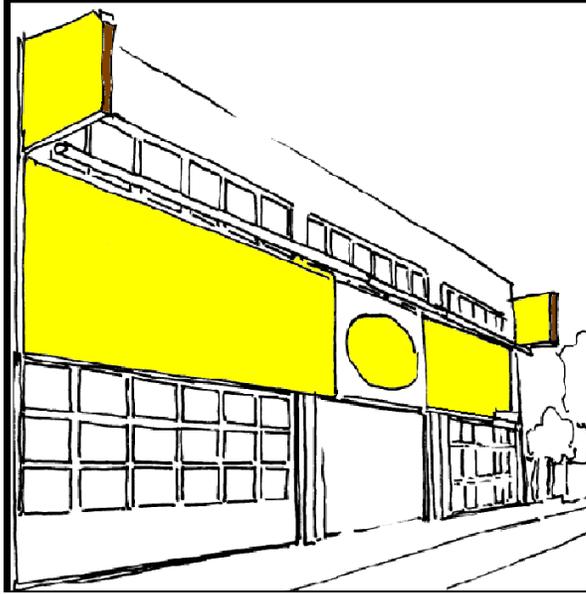
Règles nationales applicables aux publicités et préenseignes

Publicité, non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence, scellée au sol	Publicité, non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence, murale	Publicité numérique	Micro-affichage sur devanture commerciale	Bâches (de chantier ou permanentes) et dispositifs de dimensions exceptionnelles liés
Surface 12m ² Hauteur 7,50m	Surface 12m ² Hauteur 6m	Surface 8m ² Hauteur 6m	Surface unitaire 1m ² Surface totale 2 m ²	Sur autorisation préalable du Maire, au cas par cas

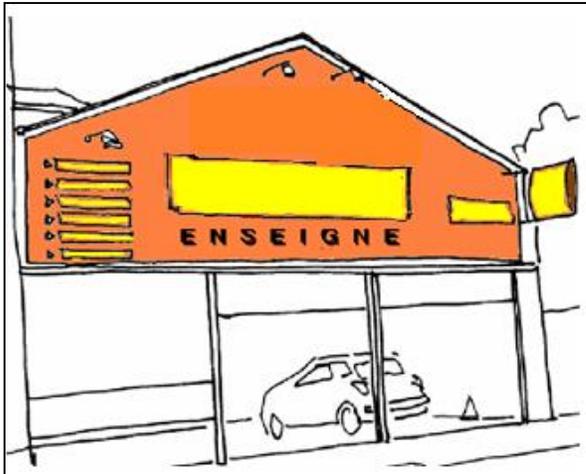


Exemple hors territoire

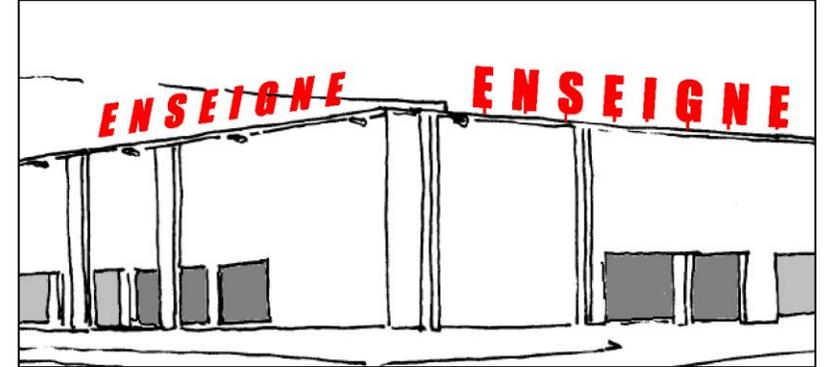
Règles nationales applicables aux enseignes permanentes



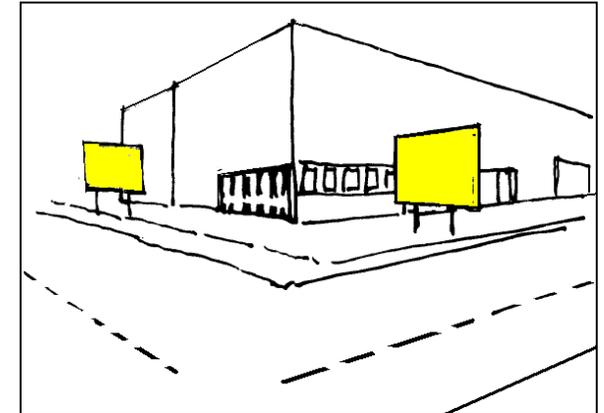
ENSEIGNES EN FACADE: Surface cumulée des enseignes d'un établissement doit être inférieure à **25 % de la surface de la façade commerciale** (si façade commerciale < 50m²) **ou à 15%** lorsque la façade commerciale > 50 m²



ENSEIGNES PARALLELES: doivent être apposées **sans dépassement des limites du mur ni de l'égout du toit**



ENSEIGNES EN TOITURE : limitées à 60m² par établissement et **doivent être en lettres ou de signes découpés**



ENSEIGNES SCLEES AU SOL : une seule enseigne scellée au sol de plus d'1m² le long de chaque voie

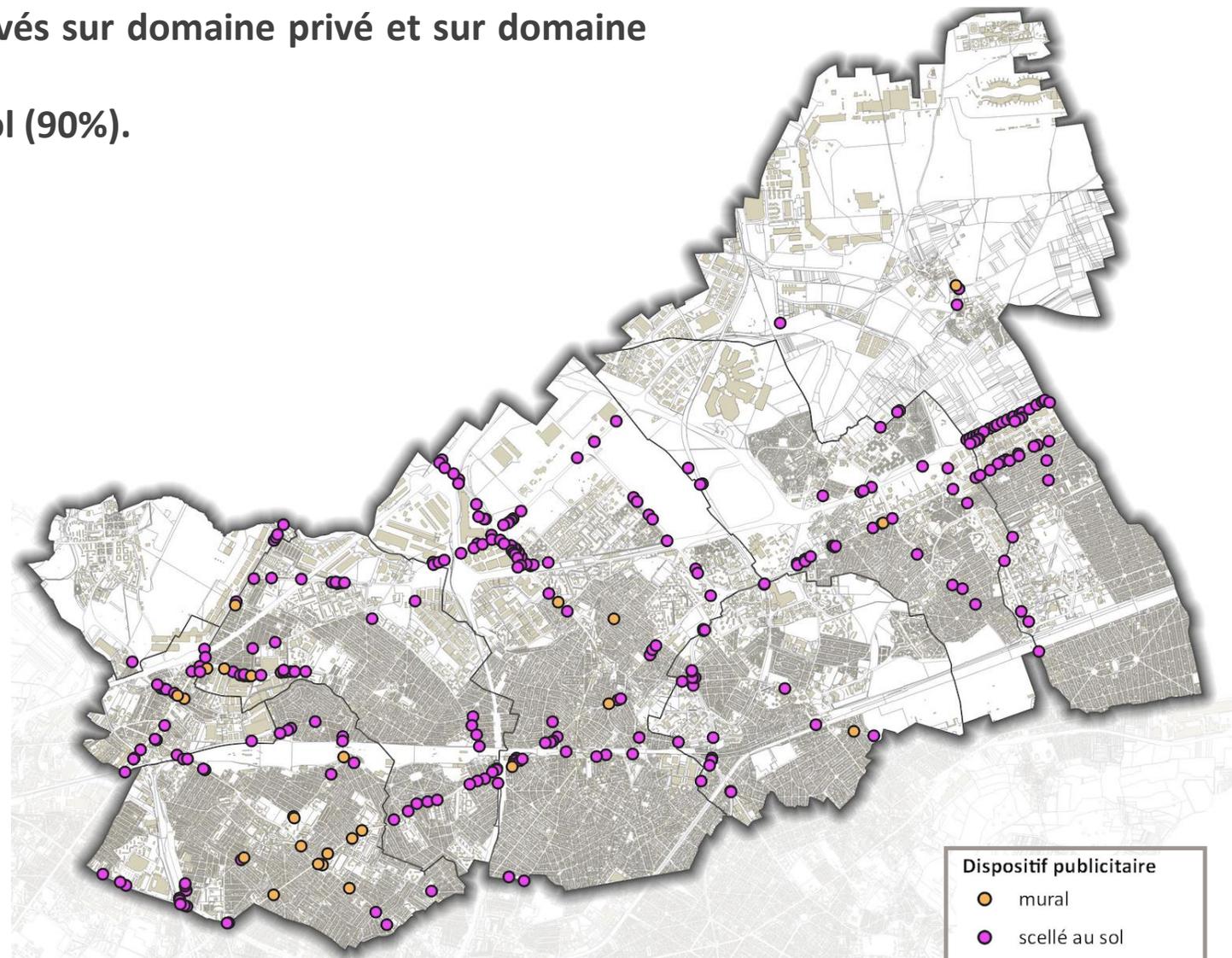
IV. Etat des lieux

Publicités et préenseignes

Nombre de dispositifs publicitaires sur domaine privé

Plus de 360 dispositifs publicitaires ont été relevés sur domaine privé et sur domaine ferroviaire, sur l'ensemble du territoire.
Il s'agit très largement de dispositifs scellés au sol (90%).

AULNAY SOUS BOIS	97
TREMBLAY EN FRANCE	65
LE BLANC MESNIL	48
DRANCY	48
VILLEPINTE	46
SEVRAN	31
LE BOURGET	24
DUGNY	6



Surface des dispositifs publicitaires sur domaine privé

Large majorité de dispositifs de « grand format » : plus de 60% avec affiche de 12m², et plus de 25% avec affiche de 8m².



Affiche 12m²



Affiche 8m²

A noter : depuis l'arrêt CE 20 oct. 2016, commune de Dijon , la jurisprudence a reconnu que les surfaces maximales définies par le code de l'environnement devaient s'entendre « support compris ». En conséquence, les dispositifs dont l'affiche seule fait déjà 12m² sont non conformes à la réglementation nationale.

Caractère lumineux des dispositifs publicitaires sur domaine privé

Seuls deux dispositifs publicitaires numériques (écrans) ont été relevés sur domaine privé (fortes restrictions par les RLP communaux existants).

Les dispositifs sont donc quasi exclusivement des affiches papier, non éclairées ou éclairées par projection ou transparence (même régime juridique).



Publicités numériques

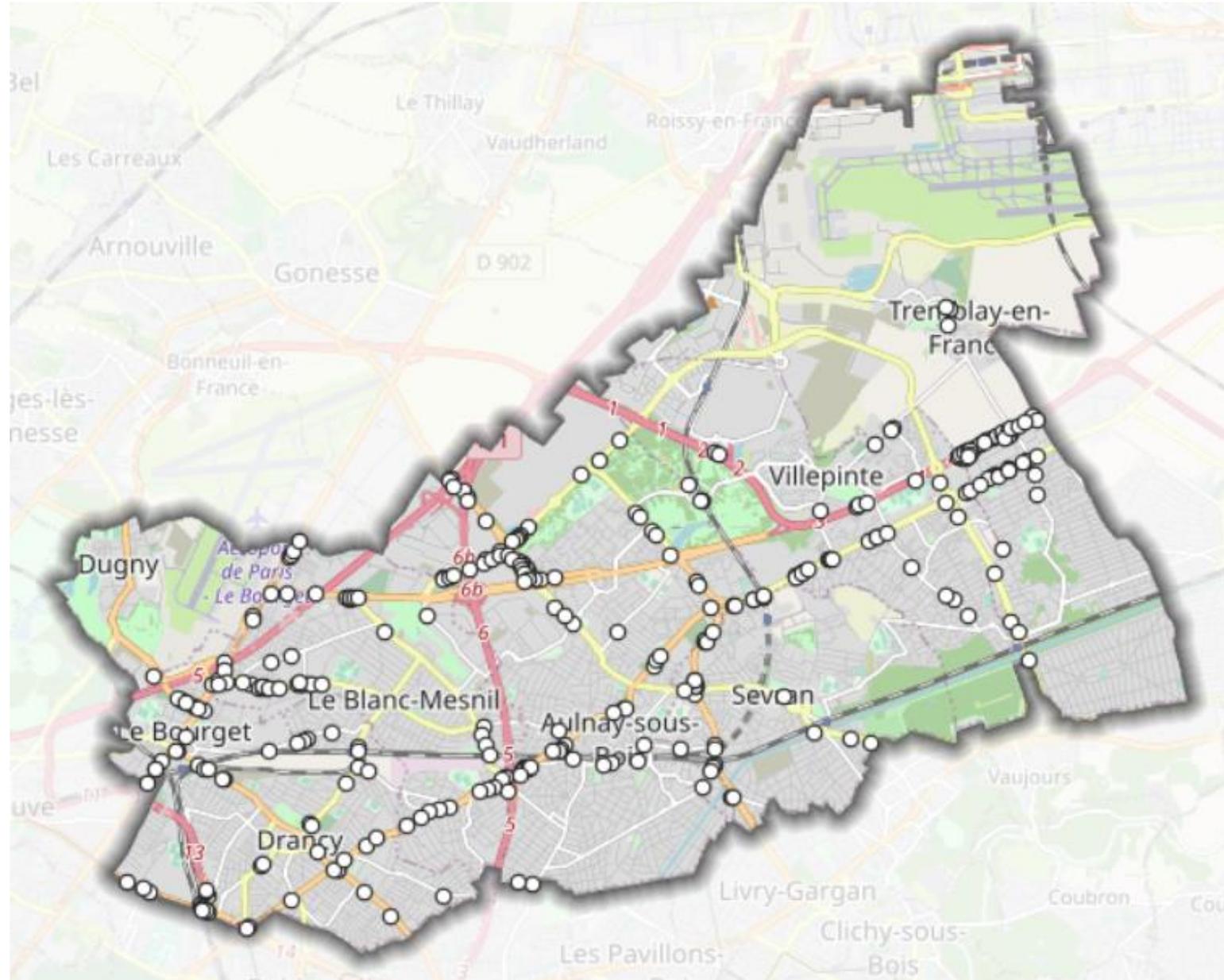


Exemples de publicités non lumineuse, éclairée par projection et éclairée par transparence

Lieux de concentration de la publicité (sur domaine privé)

Les axes routiers les plus empruntés : A 104 (Tremblay-en-France), RD 115, RD 932 (Le Bourget), boulevards André Citroën et Georges Braque à Aulnay-sous-Bois

A proximité des grands centres commerciaux : Plein'Air (le Blanc Mesnil), O'Parinor (Aulnay-sous-Bois), Avenir (Drancy).

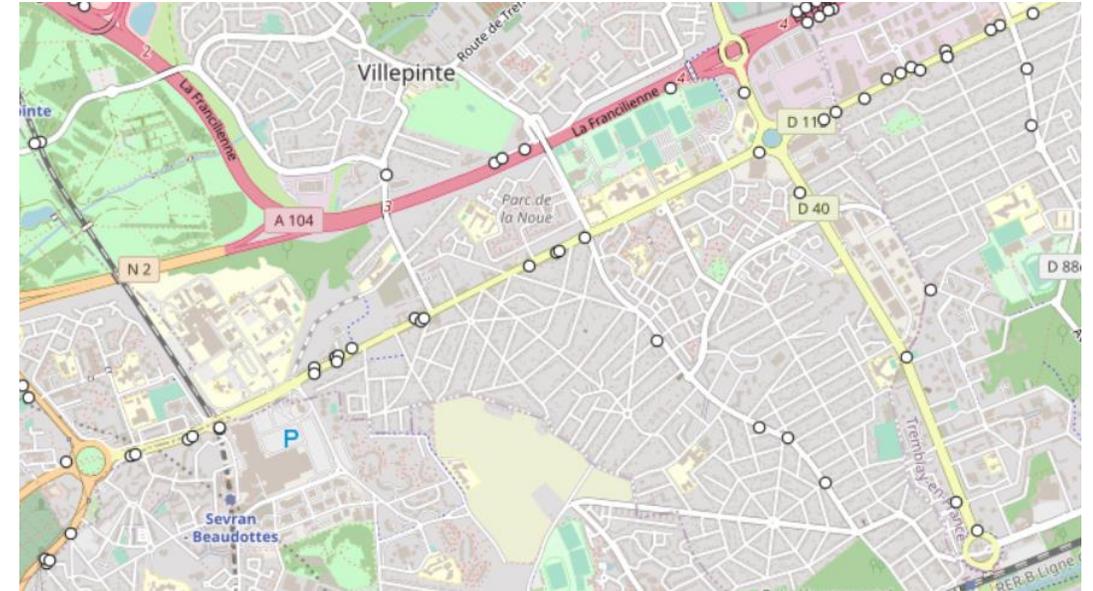
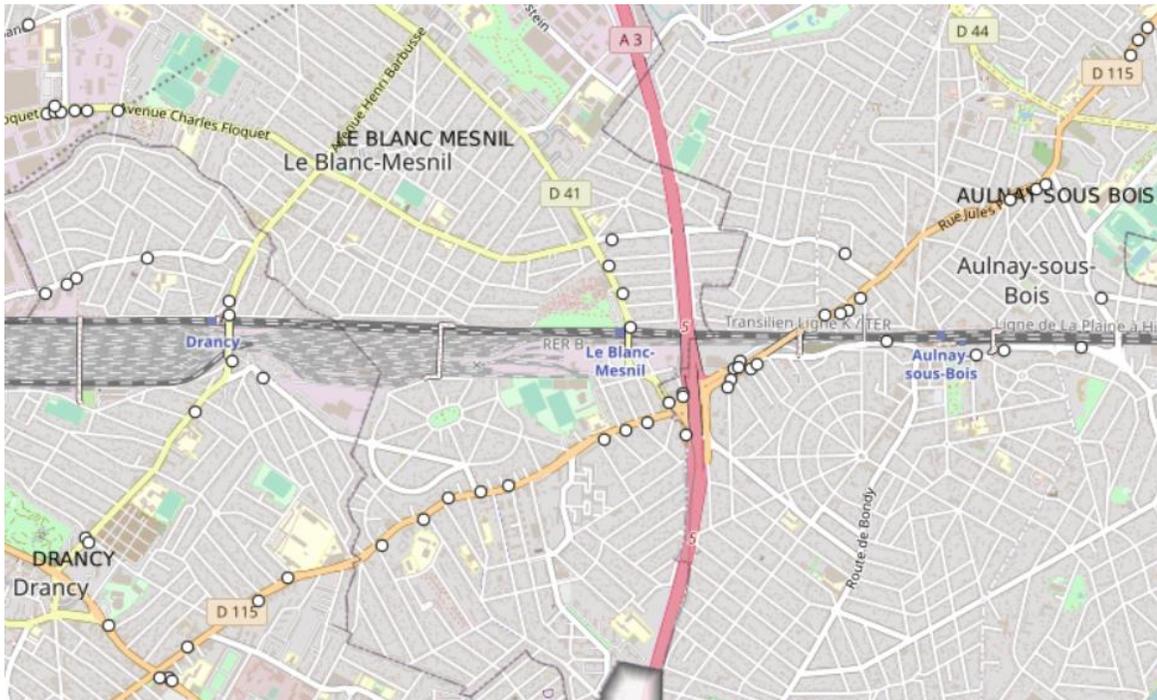


Lieux de concentration des dispositifs publicitaires : axes routiers

La RD 115...

(av Henri Barbusse, av Paul Vaillant Couturier, rue Jean Charcot, rue Jules Princet, rue/route de Mitry, boulevard Robert Ballanger, route des Petits Ponts)

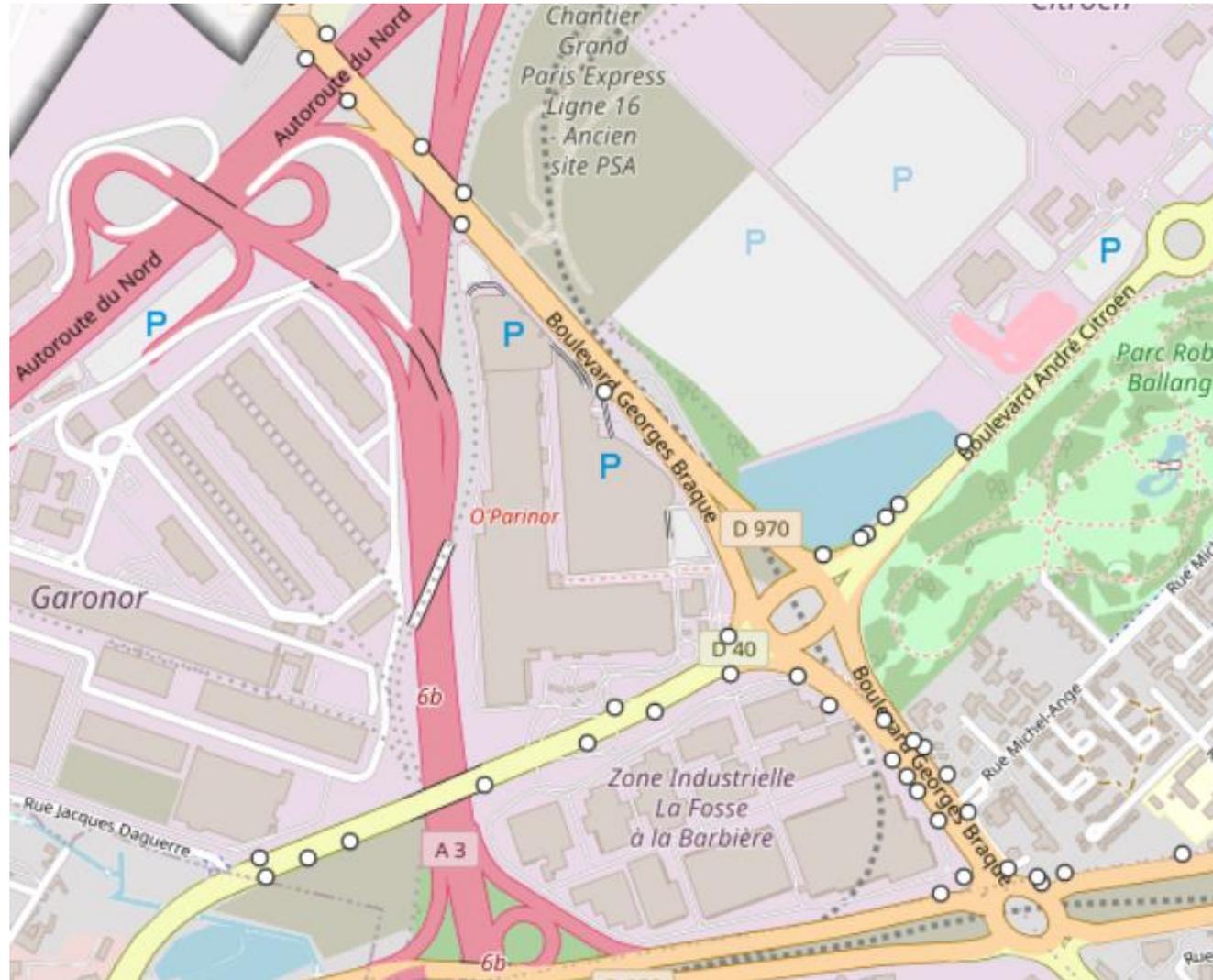
qui traverse Drancy, Le Blanc-Mesnil, Aulnay-sous-Bois...



...Villepinte et Tremblay-en-France

Près de 70 dispositifs ont été recensés sur cet axe structurant

Lieux de concentration des dispositifs publicitaires : axes routiers



Au carrefour des boulevards André Citroën et Georges Braque au Nord d'Aulnay-sous-Bois

Lieux préservés de la publicité : les centralités et secteurs résidentiels

Par l'effet protecteur des RLP communaux existants, la morphologie du tissu urbain (rues étroites, peu de murs aveugles, bâtiments en retrait des voies, nombreux alignements plantés...) et le fait que les axes qui les traversent soient moins empruntés, **les centralités et secteurs résidentiels** sont aujourd'hui très préservés de la présence publicitaire.



Présence de dispositifs publicitaires en lieux d'interdiction : abords des monuments historiques

Sur domaine privé, près de 40 dispositifs publicitaires ont été relevés dans un rayon de 500m d'un monument historique.

La publicité y est interdite UNIQUEMENT S'IL Y A COVISIBILITÉ. Celle-ci n'est que rarement établie.



Dispositif en
covisibilité avec la
cité HBM du Blanc-
Mesnil, avenue du 8
mai 1945



Présence de dispositifs publicitaires en lieux d'interdiction : zone N

Interdiction de la publicité scellée au sol en zone N du PLU



Au coeur du parc départemental du Sausset, zone N du PLU et également zone Natura 2000, 4 dispositifs publicitaires scellés au sol ont été recensés aux abords de la gare RER de Villepinte.



Conformité des dispositifs publicitaires sur domaine privé



Défaut H/2



Sur clôture non-aveugle

Outre les cas des dispositifs avec affiches de 12m², des dispositifs situés hors agglomération et en zone N, environ 5 % des dispositifs recensés ne sont pas conformes à la réglementation nationale.



Défaut H/2



Installation sur un mur comportant des ouvertures de plus de 0,50m²

Sur domaine public : des mobiliers urbains « publicitaires »



Recto (face information)



Verso (face publicité)

AULNAY-SOUS-BOIS	Abris-voyageurs Mobiliers d'information 2m ² , dont des numériques Mobiliers d'information 8m ² Colonne porte-affiches
LE BLANC-MESNIL	Abris-voyageurs Mobiliers d'information 2m ² et 8m ²
LE BOURGET	Abris-voyageurs Mobiliers d'information 2m ² et 8m ²
SEVRAN	Abris-voyageurs Mobiliers d'information 2m ² et 8m ²
DRANCY	Abris-voyageurs Mobiliers d'information 2m ²
DUGNY	Abris-voyageurs Mobiliers d'information 2m ²
TREMBLAY-EN-FRANCE	Mobiliers d'information 2m ²
VILLEPINTE	Abris-voyageurs Mobiliers d'information 2m ²

Sur domaine public : des mobiliers urbains « publicitaires »



Abris voyageurs



Mobilier d'information avec publicité de 8m²



Mobilier d'information avec publicité de 2m²



Colonne porte-affiches



Mobilier d'information avec publicité numérique de 2m²



Mobilier d'information (Département) avec publicité de 2m²

Sur domaine public : présence de dispositifs purement publicitaires

Sur routes départementales : existence d'une convention d'affichage passée par le département de la Seine-Saint-Denis avec un opérateur (Ville et Médias?) ?



Dispositif publicitaire scellé au sol de 8m² sur la D40 à Aulnay-sous-Bois



Synthèse de l'état des lieux en matière de publicité et préenseignes

- Plus de 360 dispositifs publicitaires relevés sur domaine privé
- En majorité, des dispositifs scellés au sol avec affiche de 12m², situés le long des axes les plus empruntés et à proximité des grands pôles commerciaux. A contrario, les centres-villes et les secteurs résidentiels sont préservés de quasiment toute publicité, sauf sur mobilier urbain
- Présence très faible de publicité numérique, sur domaine privé comme sur mobilier urbain, par rapport à la publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence
- Peu de dispositifs publicitaires sur domaine privé dans les abords des monuments historiques, mais des mobiliers urbains publicitaires
- Du fait des nouvelles règles nationales, suppression d'une trentaine de dispositifs hors agglomération à Tremblay-en-France, de 4 dispositifs scellés au sol en zone N du PLU (Villepinte), mise en conformité de 5% du parc publicitaire et des dispositifs avec affiches de 12m²

V. Etat des lieux

Enseignes

Les enseignes traditionnelles

Insertion dans le paysage globalement satisfaisante :

- Enseignes parallèles au mur de taille raisonnable, constituées en panneau plein de faible épaisseur, plus rarement en lettres et signes découpés
- Enseignes perpendiculaires en nombre limité
- Mode d'éclairage variable : spots, rampe lumineuse, enseigne perpendiculaire lumineuse, rétro-éclairage



Conformité des enseignes traditionnelles



Quelques exemples de non-respect de la règle nationale de **proportion** de la surface des enseignes en façade par rapport à la surface de la façade commerciale (25%) – infraction principale sur le territoire



Pistes d'amélioration des enseignes traditionnelles

- Respect des lignes de composition de la façade, interdiction des enseignes sur mur retour dénués de devanture
- Enseignes perpendiculaires : limitation du nombre, règle de saillie et de positionnement
- Emploi de matériaux ou procédés plus qualitatifs



Les enseignes des zones commerciales

- Grande variété : enseignes en toiture, enseignes scellées au sol, enseignes parallèles au mur, enseignes numériques...
- Présence aussi d'enseignes scellées au sol, exactement de même format que les publicités scellées au sol classiques (ce qui crée une certaine confusion dans la lecture des messages ou une cacophonie visuelle), ainsi que de dispositifs mixtes (une face enseigne, une face publicité).



Conformité des enseignes des zones commerciales



Enseignes scellées au sol et installées directement sur le sol en surnombre



Enseigne en toiture non réalisée en lettres et signes découpés



Dépassement des limites du mur



Dépassement des limites du mur

VI. Orientations du futur RLPi

Orientations relatives aux ambiances urbaines

Orientation n°1: préserver la qualité du cadre de vie des centralités et des secteurs principalement dédiés à l'habitat

- Limiter la surface des publicités à 4 ou 2m² ? Réduire le nombre ?
- Interdire la publicité numérique ?
- Limiter la publicité sur mobilier urbain à 2m² ?

Orientation n°2 : réduire l'impact publicitaire le long des axes structurants et à proximité des zones commerciales et d'activités

- Limiter la surface des publicités à 8m² (idem sur mobilier urbain) ? Réduire le nombre ?
- Encadrer la publicité numérique ?

Orientation n°3: traiter de manière spécifique le domaine ferroviaire

- Sur les quais de gares : surface limitée à 8m² ? Possibilité de dispositifs côte à côte ?
- Hors quais de gares : surface limitée à 8m² ? Interdistance de 100m ?



Orientation n°2 : réduire la surface à 8m² et interdire les « doublons » ?



Orientation n°3 : réduire la surface à 8m² et imposer une interdistance de 100m ?

Orientations relatives à certains types de dispositifs

Orientation n°4 : admettre, en tous lieux, le mobilier urbain « publicitaire », qui assure avant tout une mission de service public

- Admettre la publicité sur mobilier urbain dans les abords des monuments historiques, limitée à 2m² ?
- Idem dans les centralités et secteurs résidentiels, avec possibilité de publicité numérique ?
- Admettre, ailleurs, les mobiliers d'information avec publicité de 8m² ?



Orientation n°5 : limiter l'impact visuel des publicités et enseignes lumineuses

- Interdire les publicités et enseignes numériques dans certains lieux ?
- Fixer une plage d'extinction nocturne plus étendue que la règle nationale généralement pratiquée ?



Orientations relatives aux enseignes

Orientation n°6 : renforcer l'intégration des enseignes traditionnelles, sans brider la liberté d'expression des commerçants locaux

- Règles de positionnement des enseignes parallèles et perpendiculaires ?
- Limitation du nombre d'enseignes perpendiculaires par établissement et par voie ?
- Mode de réalisation et mode d'éclairage ?



Orientation n°7 : conserver l'application de la réglementation nationale pour les enseignes des zones commerciales et d'activités

- Conserver les règles nationales ou les durcir davantage ?



Prochaines étapes de procédure jusqu'à l'arrêt

- **Mars 2021:** Conseil de territoire - Débat sur les orientations générales du RLPi
- **De Mars à Juillet 2021 :** Définition des zones de publicité et des règles locales (entretiens personnalisés avec chaque commune) ; Réunions publiques avec les habitants et les associations
- **Septembre 2021 :** Présentation de l'avant-projet aux PPA et aux Professionnels de l'affichage
- **Novembre 2021 :** Conseil de territoire – Bilan de la concertation et Arrêt du projet de RLPi

***COMMENT MIEUX ENCADRER
LA PUBLICITÉ & LES ENSEIGNES
SUR NOTRE TERRITOIRE ?***

Merci !

