

COMMUNE de ROISSY-EN-BRIE

Révision du **R**EGLEMENT **L**OCAL DE **P**UBLICITE

DEBAT SUR LES ORIENTATIONS

Conseil Municipal : 28 Janvier 2019

0m 500m 1km



I - LES PRINCIPES GENERAUX

- **La publicité extérieure est régie par une réglementation nationale** issue du code de l'environnement.

La publicité extérieure bénéficie de la **liberté d'expression...**

« chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur » (article L 581-1 du code de l'environnement)

... mais est encadrée par des préoccupations de **protection du cadre de vie.**

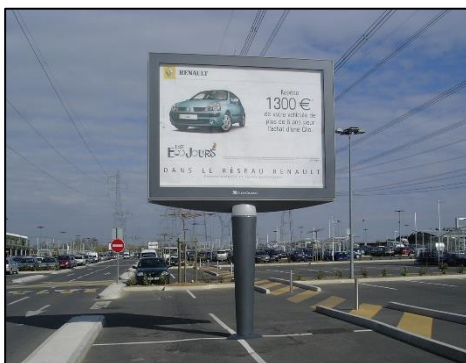
Réglementation qui s'applique à la **publicité**, aux **enseignes** et aux **préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique.**

- **Règlement Local de Publicité (RLP)** approuvé par arrêté municipal le 17 mars 1990.

Constitue une publicité :

« Toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention, ...

Code de l'environnement Art. L. 581-3



... les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités »



Constitue une enseigne :

« Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble (bâti ou non bâti) et relative à une activité qui s'y exerce »

Code de l'environnement Art. L. 581-3



Constitue une préenseigne :

« Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble (bâti ou non bâti) où s'exerce une activité »

Code de l'environnement Art. L. 581-3

(En agglomération, les préenseignes sont soumises aux mêmes règles qui régissent la publicité)

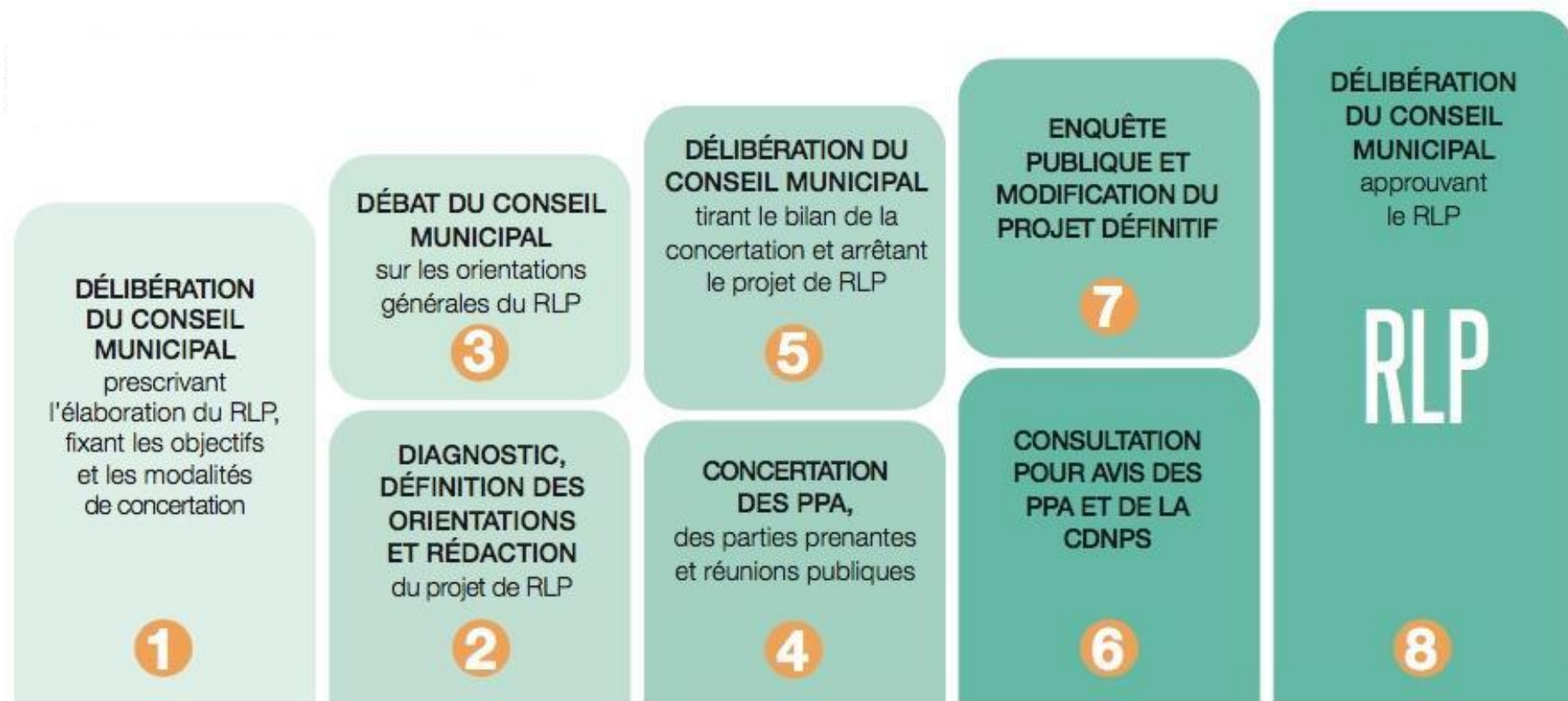




II - LE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

- **Document de planification** qui permet de gérer la publicité, les enseignes et les préenseignes sur le territoire communal.
- **Outil opérationnel** pour la collectivité, les particuliers, les artisans et commerçants, et les professionnels de l'affichage.
- **Il définit un ensemble de règles**, qualitatives et quantitatives, **plus restrictives** que les règles nationales, et adaptées au contexte local.
- **Il est élaboré en fonction des enjeux locaux** qui s'inscrivent dans l'amélioration du cadre de vie et le renforcement qualitatif de l'attractivité commerciale.
- **Il attribue au Maire, la compétence** d'instruction des autorisations et des déclarations préalables de la publicité extérieure et l'exercice du pouvoir de police de la publicité.

- Le règlement local de publicité (RLP) doit être élaboré ou révisé conformément aux **procédures des PLU**.
- **Les RLP non révisés avant le 13 juillet 2020 deviennent caducs.**

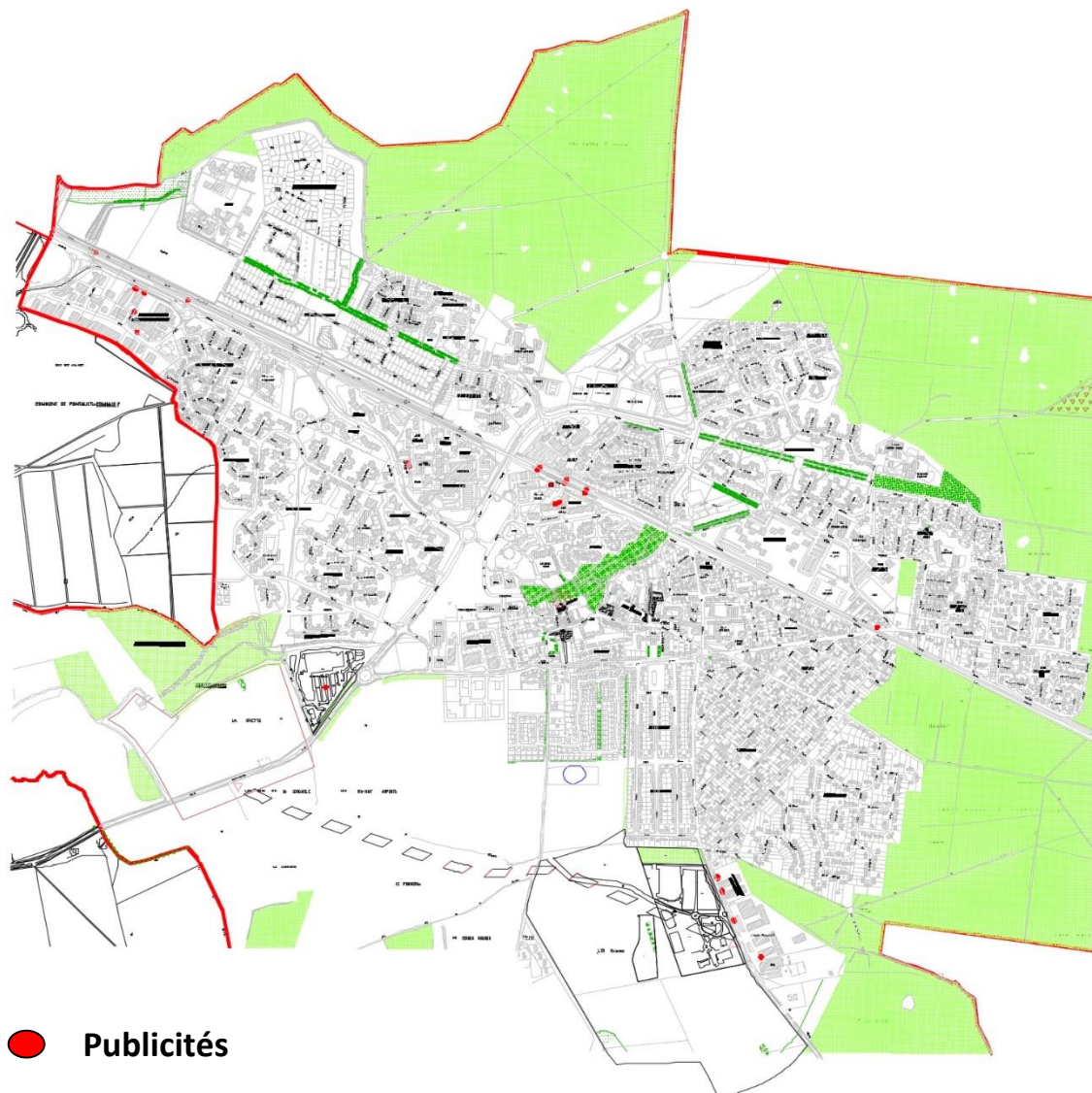




III - LE DIAGNOSTIC

LA PUBLICITE est essentiellement localisée :

- Avenue de la Malibran RD 361
- Route d'Ozoir RD 361
- Avenue du Maréchal Foch RD 21
- Parking Super U
- Parking Intermarché
- Quai de la gare SNCF



Une concentration relative de dispositifs publicitaires notamment sur les grands axes routiers traversant le territoire communal, néanmoins, on observe :

- Une publicité grand format (4x3) qui paraît parfois disproportionnée, qui impose sa présence et s'intègre mal dans son environnement,
- Des supports de mobilier urbain supportant de la publicité,
- Une cohabitation confuse avec les enseignes nuisant à l'efficacité de la communication.



La commune est marquée par un taux important d'enseignes dont certaines sont vétustes, mal entretenues, en mauvais état, et/ou installées sans recherche d'esthétique.

La présence d'enseignes conformes mais qui apparaissent comme inadaptés notamment au regard de leur implantation et de leurs caractéristiques dans l'environnement urbain.



Le diagnostic a mise en évidence des infractions aux règles en vigueur, parmi lesquelles :



- Enseignes dépassant des limites des mur de bâtiment
- Enseignes en drapeau apposées devant fenêtre et/ou balcon



- Enseignes scellées au sol dont la densité, la superficie et la hauteur ne sont pas conformes



IV - OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

Objectifs poursuivis définis par la délibération du 26/03/2018

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire de la publicité extérieure ;
- Prendre en compte le développement économique de la commune, notamment les zones commerciales du Super U et de l'Intermarché, la zone d'activités de la Forge ;
- Lutter contre la pollution visuelle ;
- Améliorer le cadre de vie des habitants et renforcer l'identité et l'image de la commune ;
- Répondre aux besoins de communication extérieurs des acteurs locaux en fonction des zones de destinations ;
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale ;
- Maîtriser l'affichage publicitaire ;
- Supprimer les dispositifs incompatibles avec la qualité paysagère des lieux.

ORIENTATION 1

Préserver les entrées d'agglomération, facteur déterminant de l'image qualitative de la ville : qu'elles soient en situation de continuité urbaine ou de transition avec un paysage agricole

ORIENTATION 2

Améliorer la qualité paysagère des zones d'activités et industrielles pour renforcer leur attractivité

ORIENTATION 3

Améliorer la qualité paysagère des zones commerciales

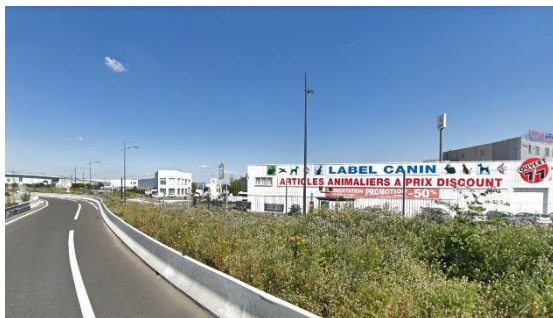
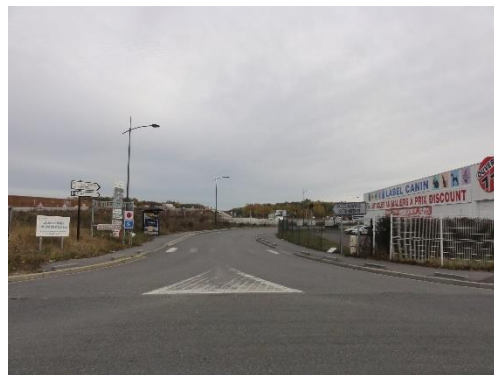
ORIENTATION 4

Renforcer le caractère urbain du centre-ville : atténuer l'ambiance d'axe routier

ORIENTATION 1

Préserver les entrées d'agglomération, facteur déterminant de l'image qualitative de la ville : « qu'elles soient en situation de continuité urbaine ou de transition avec un paysage agricole »

- *Limitier, voire interdire* dans certains cas, les **publicités** sous certains formats
- *Harmoniser* l'implantation des dispositifs publicitaires admis
- *Soigner les enseignes* pour assurer leur harmonie et une meilleure intégration dans le paysage environnant : dimensions, quantité, alignement des dispositifs



ORIENTATION 2

Améliorer la qualité paysagère des zones d'activités et industrielles pour renforcer leur attractivité

- **Encourager** le développement des SIL et RIS dans chacune d'elle
- **Harmoniser** les enseignes (esthétisme, dimensions, densité, éclairage...) en fonction du lieu d'implantation, des types de support et des caractéristiques du dispositif (à plat, perpendiculaire, scellée au sol....)
- **Favoriser** les publicités sur mobilier urbain pour leur donner un caractère plus urbain



ORIENTATION 3

Améliorer la qualité paysagère des zones commerciales

- **Harmoniser** les enseignes (esthétisme dimensions, densité, éclairage...) en fonction du lieu d'implantation, des types de support et des caractéristiques du dispositif (à plat, perpendiculaire, scellée au sol....)
- **Adapter** les publicités en zones commerciales en considérant l'aspect paysager et économique



ORIENTATION 4

Renforcer le caractère urbain du centre-ville :
« atténuer l'ambiance d'axe routier »

- *Améliorer la qualité esthétique des façades commerciales en adoptant une réglementation des enseignes appropriées au centre-ville*



- *Préconiser l'installation de la publicité sur le mobilier urbain*



FIN
de la séquence

Merci de votre attention