

Monsieur le Maire
En son Hôtel de Ville
9, rue Pasteur
77680 Roissy-en-Brie

Paris, le 18 janvier 2021

*Objet : révision du règlement local de publicité
Concertation – Avis PPA*

Monsieur le Maire,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville de Roissy-en-Brie arrêté en séance du Conseil municipal le 29 septembre 2020 et soumis à la consultation des personnes publiques associées.

En effet, ce projet de RLP ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Cette exigence de conciliation, à laquelle tout RLP doit répondre, est pourtant imposée par le code de l'environnement.

Le projet de RLP a pour conséquence une dépose sèche de 100 % du parc de dispositifs publicitaires sur le domaine privé. Ce niveau de déposes entraîne une disparition pure et simple du média.

Les découpages du territoire et la multiplication des règles associées à chacune des zones entraînent une quasi-disparition du média de la communication extérieure « grand format ». Le projet de RLP alourdit excessivement les contraintes économiques auxquelles notre média est soumis et ne permet pas d'assurer sa pérennité à moyen terme.

C'est pourquoi, nous vous présentons nos demandes d'aménagements règlementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Vous trouverez, à cet effet, formulées ci-dessous nos différentes propositions. Celles-ci demeurent, en tout état de cause, plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L581-14 du code de l'environnement.

1. Dispositions générales

- Champ d'application du RLP

Le préambule du projet de règlement dispose que :

- ✓ Conformément à la Réglementation Nationale, les dispositions du présent Règlement Local de Publicité ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est considérée comme un support de publicité.

Le champ d'application du règlement local de publicité défini dans ce projet ne reprend pas tout à fait la lettre du code de l'environnement. En effet, l'article L581-2 du code de l'environnement énonce que :

« Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent chapitre fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique, au sens précisé par décret en Conseil d'Etat. Ses dispositions ne s'appliquent pas à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes situées à l'intérieur d'un local, sauf si l'utilisation de celui-ci est principalement celle d'un support de publicité. »

Il conviendra de reprendre les termes de l'article L581-2 du code de l'environnement et de modifier en ce sens les dispositions précitées du préambule du projet de règlement.

- **Esthétisme des dispositifs publicitaires**
- **Obligation de recourir à des dispositifs de type « Monopied »**

L'article I.1.1 « *Qualité des matériels et considérations esthétiques* » impose que les dispositifs publicitaires scellés au sol soient de type « Monopied », à l'exception des préenseignes temporaires, de l'affichage d'opinion et associatif et de l'affichage administratif ou judiciaire.

Il est important d'éviter d'imposer aux opérateurs des investissements de « sur-mesure ». Chaque opérateur dispose de son propre design en termes de dispositifs publicitaires.

De plus, cette disposition aurait pour conséquence de déposer de nombreux dispositifs pourtant conformes à la réglementation nationale. Cela aurait pour conséquence de multiples mises au rebus de matériels, ce qui s'avère contraire à une logique de réduction des déchets et à une politique de développement durable.

Dans ces conditions, nous demandons la suppression de cette obligation. Ainsi, il conviendra de modifier en ce sens l'article I.1.1 précité du projet de règlement.

- **Interdiction des passerelles**

L'article I.1.1. précité énonce que :

« Les passerelles sont interdites sur les dispositifs publicitaires scellés au sol. »

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « *L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs.* »

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Afin de tenir compte des impératifs en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante :

« Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

2. Le format des publicités

Le projet de règlement prévoit que les dispositifs publicitaires peuvent avoir une surface maximum de 8 m².

Le format retenu de 8 m², encadrement compris, n'est pas un format standard usuellement utilisé en France par l'ensemble des sociétés d'affichage.

En effet, les formats usuels des affiches en France sont :

- 120 x160 dit usuellement « 2 m² » ;
- 240 x 160 dit usuellement « 4 m² » ;
- 320 x 240 dit usuellement « 8 m² » ;
- 400x300 dit usuellement « 12 m² ».

La détermination de la surface des publicités est liée au nombre d'habitants de l'agglomération concernée. La ville de Roissy-en-Brie compte 22 994 habitants (INSEE – 2017). Ainsi, Roissy-en-Brie peut bénéficier d'une offre commerciale dite « grand format » jusqu'à 12 m² dans la mesure où elle compte plus de 10 000 habitants. En effet, l'article R581-26 du code de l'environnement prévoit que

*« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture **ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés**, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol.*

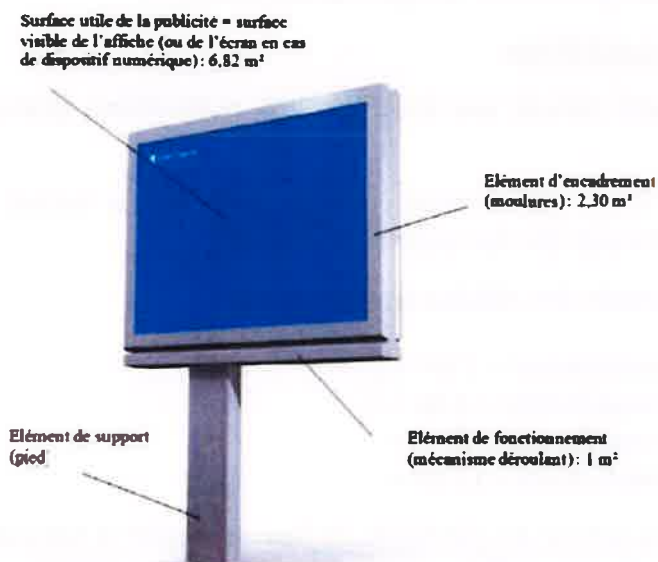
»

Par ailleurs, la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités publiée en octobre 2019 sur le site Internet du ministère de la Transition écologique et solidaire (<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/reglementation-publicite-enseignes-et-preenseignes>) a pour objectif de tirer les conséquences pratiques des deux décisions rendues en 2016 et en 2017 par le Conseil d'État sur les modalités de calcul des surfaces maximales des publicités, définies par le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes et codifiées dans le code de l'environnement.

Selon le ministère de la Transition écologique et solidaire, « À titre d'illustration pour ce qui concerne les deux premières options ci-dessus, les panneaux standards existants non numériques dits de « 8 m² » **ont en réalité, généralement, une surface de 10,50 m²** ou des moulures pouvant atteindre 25 cm de large. Un RLP souhaitant, là où le règlement national de publicité (RNP) autorise un format maximum de 12 m² (encadrement compris), avoir des panneaux correspondant à du standard dit de « 8 m² » **devra donc prévoir, soit une surface de 10,50 m² (encadrement compris), soit une affiche de 8 m²** et des moulures de 25 cm de large. Dans les deux cas, la surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) ne peut excéder celle fixée par le code de l'environnement. »

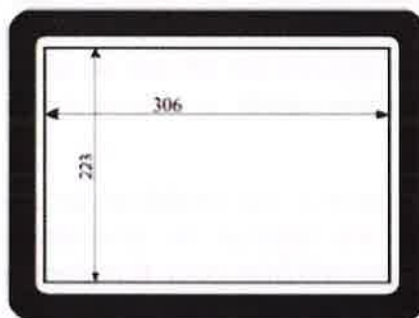
La communication extérieure est devenue une véritable activité industrielle dont la logistique a été uniformisée dans l'ensemble du territoire. La conception des dispositifs publicitaires et des formats d'affiches utilisés est standardisée. Partant d'une affiche uniforme et standard, chaque opérateur a su concevoir son propre dispositif alliant technicité et esthétisme. Il en ressort une

nécessaire prise en compte de ces éléments d'encadrements pour le calcul de la surface unitaire des dispositifs.



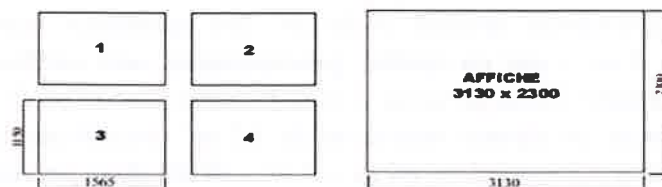
Affiche sans bandeau :

Surface visible : 306 x 223 cm
 Surface minimale d'impression : 314 x 231 cm

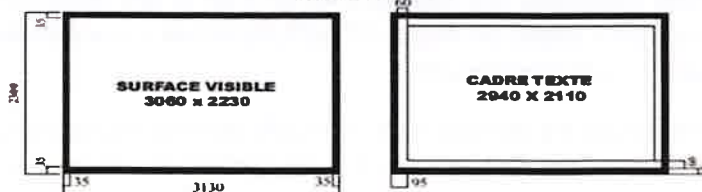


Le format 8 m² « d'affiche » : un format 10,50 m² « encadrement compris »

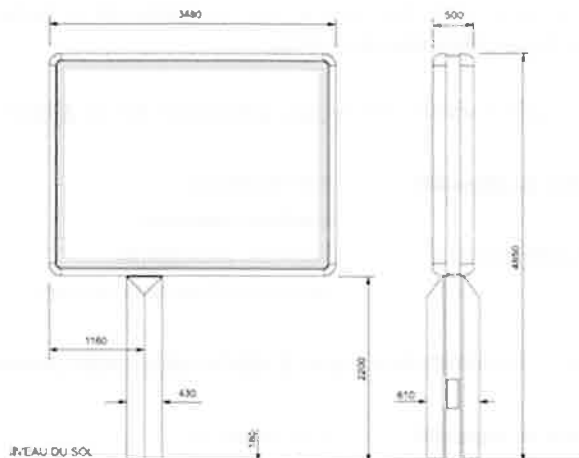
2 - ASSEMBLAGE BORD A BORD



3 - AFFICHAGE



PARTIES CACHÉES PAR LE CADRE DU MOBILIER



Dans ces conditions, nous proposons de limiter le format « hors tout » à 10 50 m², format qui englobe la quasi-totalité des dispositifs actuellement implantés et supportant des affiches de format traditionnel dit « 8 m² ».

Ainsi, nous vous proposons la formulation suivante :

« La surface unitaire et utile d’affichage n’excède pas 8 m² la surface du dispositif (affiche et encadrement) n’excède pas 10 50 m², hors éléments accessoires ».

Conformément à l’alinéa 1 de l’article L581-3 du code de l’environnement, la détermination de la surface d’affiche ou d’écran et celle de l’encadrement s’entend hors éléments accessoires (mécanisme déroulant, pied, éléments de sécurité et rampe d’éclairage), dans la mesure où ils n’ont pas pour principal objet de recevoir les messages publicitaires.

3. Règles de densité

L’article III.2.2 prévoit, en ZP2, la règle de densité suivante :

- ✓ La publicité scellée au sol est interdite dans le parc d'activités de la Vallée, (Techniparc), le parc d'activités du Moulin, le parc d'activités de la Forge.
- ✓ La publicité scellée au sol est admise dans la zone industrielle des 50-Arpents selon les prescriptions définies ci-dessous :
 - Surface unitaire du dispositif : 8 m² maximum
 - Hauteur : 6 mètres maximum
 - Linéaire de l'unité foncière : supérieur à 55 mètres
 - Densité : Un dispositif par unité foncière
- ✓ La publicité scellée au sol est admise dans le parc d'activités des Grands Champs selon les prescriptions définies ci-dessous :
 - Surface unitaire du dispositif : 8 m² maximum
 - Hauteur : 6 mètres maximum
 - Densité : Un dispositif par unité foncière
- ✓ La publicité scellée au sol est admise dans la zone commerciale Intermarché, la zone commerciale Gecko, la zone d'activités de l'Habitat selon les prescriptions définies ci-dessous :
 - Surface unitaire du dispositif : 8 m² maximum
 - Hauteur : 6 mètres maximum
 - Linéaire de l'unité foncière : supérieur à 100 mètres
 - Densité : Un dispositif par unité foncière

Il est regrettable de déterminer quatre règles de densité différentes applicables à un même secteur, celui des zones commerciales. Ce choix est contraire à l'objectif de clarté, de compréhension et de bonne application pour l'ensemble des parties prenantes.

La communication extérieure fait partie de l'environnement commercial.

Or, à ce jour, il existe peu, voire pas du tout, de dispositifs publicitaires dans ces zones.

S'interdire toute évolution de signalisation de proximité peut être un frein au développement de certains secteurs. Du fait de leur positionnement dans la zone, les annonceurs ont besoin de signaler leurs activités en amont. Interdire cette possibilité les prive de toute attractivité commerciale.

Dans l'ensemble des secteurs désignés comme « secteurs d'activités commerciales », nous suggérons d'appliquer les dispositions issues du règlement national de publicité (RNP) du code de l'environnement, avec comme contrainte la possibilité d'implanter un seul dispositif publicitaire par unité foncière.

4. Zone de publicité n°3

- Domaine ferroviaire hors gare

L'article IV.2.1 « *Dispositions générales* » du projet de règlement contient les règles suivantes :

- ✓ La publicité est interdite sur les murs de tous types de bâtiment (*habitation, activités*) à l'exception du site de la gare SNCF et des **dispositifs publicitaires de petit format** apposés sur une devanture commerciale.
- ✓ Les **dispositifs publicitaires scellés au sol** sont interdits, à l'exception de la publicité supportée par le **mobilier urbain** et de la publicité implantée sur le site de la gare SNCF.

La zone 3 représente près de 80% du territoire communal. Or, la zone 3 interdit toute possibilité de communication grand format sur le domaine privé, hors site de la gare SNCF.

Les secteurs autorisés en zone 2 ne comprenant pas les axes bordant ou menant vers les zones d'activité, nous regrettons que les annonceurs locaux se voient privés de toute possibilité de communication sur la totalité du territoire.

Certains secteurs, comme le domaine ferroviaire – généralement moins urbanisés en densité que les zones d'habitat – permettent une implantation maîtrisée du fait de règles de densité plus strictes que celles prévues par le règlement national de publicité (RNP).

En zone 3, nous suggérons que le domaine ferroviaire puisse être ouvert à la communication extérieure mais sous conditions très strictes d'implantation qui pourraient être les suivantes :

- **Format d'affiche limité à 8 m², dispositif à 10,50 m² ;**
- **Espacement de 200 mètres entre chaque dispositif implanté sur ce territoire ;**
- **Aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.**

Ces dispositions permettraient de pouvoir conserver de façon très encadrée une présence dans des secteurs importants en termes d'audience pour les annonceurs locaux.

- **Domaine ferroviaire en gare**

Pour les dispositifs de la gare qui seraient potentiellement soumis au code de l'environnement, les règles pourraient être les suivantes :

- Maintien des dispositifs doubles (« côte à côte » et double face) ;
- Interdistance de 100 mètres entre chaque dispositif simple ou double ;
- Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.



Exemples de dispositifs doubles sur quais de gare (hors territoire de la ville de Roissy-en-Brie)

5. Observations complémentaires

- **Bâches publicitaires et dispositifs publicitaires de dimensionx exceptionnelles**

Le projet de RLP entend interdire de manière générale la publicité sur bâches ainsi que les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles.

En application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles et les bâches publicitaires sont soumis à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces

publicités. Au surplus, les dispositifs de dimensions exceptionnelles font l'objet d'un avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites (CDNPS).

Nous vous suggérons de soumettre ces types de support à la seule réglementation nationale afin que le maire puisse exercer un contrôle discrétionnaire sur chaque demande d'autorisation préalable. Un RLP étant établi sur une longue durée, il convient de tenir compte des événements exceptionnels qui peuvent être organisés.

Nous préconisons de ne pas interdire de manière générale ces types de support publicitaire mais de les prévoir dans le RLP afin d'anticiper tout type de besoin de communication à l'avenir par les acteurs locaux.

- **Réglementations connexes**

Le projet de RLP contient en annexe des extraits du code de la route, du code général de la propriété des personnes publiques, du code de la voirie routière et du code général des collectivités territoriales.

Le RLP adapte les dispositions générales du règlement national de public (RNP) issues du code de l'environnement. Dès lors, il n'apparaît pas nécessaire de détailler les réglementations connexes, comme le propose l'annexe du projet de RLP.

Dans ces conditions, nous préconisons de supprimer ces références.

- **Définition de l'agglomération**

Les annexes du projet de RLP contiennent les éléments suivants :

Article R. 110-2 du code de la route

- ✓ L'article R. 110-2 du code de la route définit l'agglomération comme étant « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux (EB 10 – EB 20) placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde ».

Article R. 411-2 du code de la route

- ✓ Les limites de l'agglomération de ROISSY-EN-BRIE doivent être fixées par arrêté du maire mais également représentées sur un document graphique annexé au présent Règlement Local de Publicité.
(Tome III - ANNEXES)



EB-10



EB-20

Il convient de rappeler la décision de principe rendue en la matière par le Conseil d'Etat (décision du 2 mars 1990, « *Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports c/ Société Publi-System* », N° 68134). Cette décision précise que la notion d'agglomération doit être

entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie, et leur positionnement par rapport au bâti.

Afin de ne contrevenir ni à la définition de la notion d'agglomération au sens du code de l'environnement, ni à la jurisprudence du Conseil d'Etat, nous suggérons de reprendre la rédaction de l'article L581-7 du code précité :

« en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite ».

- **Glossaire**

▪ **Clôture aveugle**

Selon le glossaire en annexe du projet de règlement, une clôture aveugle s'entend comme « *une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées.* »

La notion de « partie ajourée » utilisée pour qualifier les clôtures aveugles est source d'interprétation. L'adjectif « ajouré » ne désigne pas uniquement ce qui est « ouvert » mais également ce qui laisse « passer la lumière ».

Or, un mur de briques de verre n'est pas considéré, au terme de la jurisprudence, comme une ouverture au sens du code de l'environnement. Il laisse néanmoins passer la lumière.

Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens.

▪ **Publicité lumineuse**

Le glossaire définit la publicité lumineuse de la manière suivante :

- **Publicité lumineuse** : Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement créée à cet effet : éclairage direct, lettres découpées composées de tubes néon.

Cette définition tend à figer à un instant « T » les technologies qui peuvent et qui pourront être employées. Or, un RLP a vocation à s'appliquer dans la durée.

Il conviendra de modifier en ce sens cette définition et de ne pas restreindre les procédés technologiques employés.

Pour toutes les raisons détaillées dans le présent courrier, nous émettons un avis défavorable sur ce projet de règlement local de publicité.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Maire, mes salutations distinguées.


Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE

