

ROISSY-EN-BRIE

ENQUETE PUBLIQUE SUR LE PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Enquête Publique

N O T E S U R L E C A D R E J U R I D I Q U E

La commune de Roissy-en-Brie est dotée d'un Plan Local d'Urbanisme approuvé le 13 décembre 2004, modifié le 24 novembre 2008 et le 26 juin 2017, mis à jour le 11 juin 2005, le 19 octobre 2010, le 10 juin 2016, Le 1^{er} juillet 2016 et le 14 mars 2018.

La présente enquête publique porte sur le projet de révision du règlement local de publicité, conformément aux articles L123-1 et suivants, R123-1 et suivants du code de l'environnement.

SOMMAIRE

I – LA PRISE EN COMPTE DES DISPOSITIONS DES ARTICLES L123-12 ET R123-8 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT :

II – LA PERSONNE PUBLIQUE RESPONSABLE DE LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE, L'OBJET DE L'ENQUETE PUBLIQUE, LES CARACTERISTIQUES LES PLUS IMPORTANTES DU PROJET ET LES PRINCIPALES RAISONS POUR LESQUELLES, NOTAMMENT DU POINT DE VUE DE L'ENVIRONNEMENT, LE PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE A ETE RETENU :

III – LE CADRE JURIDIQUE DE L'ENQUETE PUBLIQUE :

- 1 – La mention des textes qui régissent l'enquête publique.
- 2 – L'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative à la révision du règlement local de publicité, la décision pouvant être adoptée au terme de l'enquête et l'autorité compétente pour prendre la décision d'approbation.

IV – LORSQU'ILS SONT RENDUS OBLIGATOIRES PAR UN TEXTE LEGISLATIF OU REGLEMENTAIRE PREALABLEMENT A L'OUVERTURE DE L'ENQUETE, LES AVIS EMIS SUR LE PROJET SONT MIS A DISPOSITION DU PUBLIC :

V. – LES AUTRES ELEMENTS MIS A DISPOSITION DU PUBLIC :

VI – LA MENTION DES AUTRES AUTORISATIONS NECESSAIRES POUR REALISER LE PROJET DONT LE OU LES MAITRES D'OUVRAGE ONT CONNAISSANCE :

I – LA PRISE EN COMPTE DES DISPOSITIONS DES ARTICLES L123-12 ET R123-8 DU CODE DE L'ENVIRONNEMENT :

Le dossier d'enquête publique comprend les éléments concernés des articles L 123-12 et R123-8 du code de l'environnement :

Articles L123-12 et R123-8 du code de l'environnement	Incidences sur le dossier d'enquête publique
<p>Le dossier soumis à l'enquête publique comprend les pièces et avis exigés par les législations et réglementations applicables au plan.</p> <p>Le dossier comprend au moins :</p>	
<p>1° Lorsqu'ils sont requis, l'étude d'impact et son résumé non technique ..., ainsi que l'avis de l'autorité environnementale mentionné aux articles L122-1 du code de l'environnement.</p>	<p>Le projet de révision du règlement local de publicité n'est pas soumis à étude d'impact.</p>
<p>2° En l'absence d'étude d'impact ou d'évaluation environnementale, une note de présentation précisant les coordonnées du maître d'ouvrage ou du responsable du projet, plan ou programme, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu ;</p>	<p>Cf. Paragraphe II.</p>
<p>3° La mention des textes qui régissent l'enquête publique en cause et l'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative au projet, plan ou programme considéré, ainsi que la ou les décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête et les autorités compétentes pour prendre la décision d'autorisation ou d'approbation ;</p>	<p>Cf. Paragraphe III : " Le cadre juridique de l'enquête publique".</p>
<p>4° Lorsqu'ils sont rendus obligatoires par un texte législatif ou réglementaire préalablement à l'ouverture de l'enquête, les avis émis sur le projet plan, ou programme.</p>	<p>Cf. Paragraphe IV.</p>
<p>5° Le bilan de la procédure de débat public organisée dans les conditions définies aux <u>articles L. 121-8 à L. 121-15</u>, ou de la concertation préalable définie à l'article L. 121-16, ou de toute autre procédure prévue par les textes en vigueur permettant au public de participer effectivement au processus de décision. Lorsqu'aucun débat ou aucune concertation préalable n'a eu lieu, le dossier le mentionne ;</p>	<p>Cf. paragraphe V.</p>
<p>6° La mention des autres autorisations nécessaires pour réaliser le projet dont le ou le maître d'ouvrage ont connaissance.</p>	<p>Cf. Paragraphe VI.</p>

II – LA PERSONNE PUBLIQUE RESPONSABLE DE LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE, L'OBJET DE L'ENQUETE PUBLIQUE, LES CARACTERISTIQUES LES PLUS IMPORTANTES DU PROJET ET LES PRINCIPALES RAISONS POUR LESQUELLES, NOTAMMENT DU POINT DE VUE DE L'ENVIRONNEMENT, LE PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE A ETE RETENU :

Le présent chapitre présente l'autorité responsable de la révision du règlement local de publicité, l'objet de l'enquête publique, les caractéristiques les plus importantes du projet de révision du règlement local de publicité et le résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet de révision du règlement local de publicité a été retenu.

II.1 – L'autorité responsable du projet de révision du Règlement Local de Publicité :

L'autorité responsable de la révision du règlement local de publicité est la commune de Roissy-en-Brie, représentée par son Maire, Monsieur François BOUCHART, domicilié en cette qualité à l'Hôtel de Ville, 9 rue, Pasteur, à ROISSY-EN-BRIE.

L'autorité compétente pour prendre la décision est représentée par M. Jonathan ZERDOUN, premier maire adjoint délégué en charge du Développement urbain, des Travaux, du Cadre de vie et de l'Environnement, Hôtel de Ville, 9, rue Pasteur, à ROISSY-EN-BRIE.

Des informations sur le projet peuvent être demandées au Maire, Monsieur François BOUCHART ou au 1^{er} Adjoint délégué en charge de l'urbanisme, de l'environnement, des grands projets et quartiers, Monsieur Jonathan ZERDOUN, ainsi qu'au responsable du service urbanisme de la Mairie, Monsieur Christophe LEBAUD, Mairie de Roissy-en-Brie, Direction des Services Techniques, 34-36, rue de Wattripont, du lundi au vendredi de 9h00 à 1200 et de 14h00 à 17h00.

II.2 – L'objet de l'enquête :

La présente enquête publique porte sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité.

II.3- Les caractéristiques les plus importantes du projet de révision du Règlement Local de publicité :

Le projet de Règlement Local de Publicité édicte des prescriptions relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces règles, adaptées au contexte local, sont plus restrictives que le règlement national, et peuvent être générales ou s'appliquer à des zones identifiées.

L'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale constituent les objectifs principaux du projet de révision local de publicité, qui doit pour autant garantir la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.

Dans sa délibération du 26 mars 2018 prescrivant la révision du règlement local de publicité, le conseil municipal a fixé les objectifs suivants :

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire ;
- 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

II.4- Les principales raisons, notamment du point de vue de l'environnement, pour lesquelles le projet de révision du règlement local de publicité a été retenu :

Le diagnostic sur l'affichage publicitaire et les enseignes existants sur le territoire communal fait apparaître :

- Une concentration relative de dispositifs publicitaires notamment sur les grands axes routiers traversant le territoire communal.
- Une forte présence des enseignes liées aux nombreuses activités économiques, commerciales et artisanales existantes sur la commune.
- L'existence d'enseignes et de dispositifs publicitaires non conformes au regard du Règlement National de Publicité et du Règlement Local de Publicité actuel.
- La présence d'enseignes et de dispositifs publicitaires conformes mais qui apparaissent comme inadaptés notamment au regard de l'implantation et de leurs caractéristiques dans l'environnement urbain.

Aussi les orientations suivantes ont été définies :

ORIENTATION N°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 »

- **Limiter, voire interdire** dans certains cas, les publicités sous certains formats
- **A défaut : harmoniser** l'implantation des dispositifs publicitaires
- **Soigner** les enseignes sur ces secteurs pour assurer leur harmonie et une meilleure intégration dans le paysage environnant : dimensions, quantité, alignement des dispositifs

ORIENTATION N°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 N°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 N°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**

III – LE CADRE JURIDIQUE DE L'ENQUETE PUBLIQUE :

Le cadre juridique de l'enquête publique comprend la mention des textes qui régissent l'enquête publique en cause et l'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative au projet, ainsi que la ou les décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête et les autorités compétentes pour prendre la décision d'autorisation ou d'approbation.

III.1 – La mention des textes qui régissent l'enquête publique :

En application de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement, le Règlement Local de Publicité est révisé conformément aux procédures de révision des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au Titre V du livre 1^{er} du code de l'urbanisme.

L'article L153-19 du code de l'urbanisme précise que le projet arrêté est soumis à enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement par le maire.

Les textes qui régissent l'enquête publique en cours sont les articles L123-1 et R123-1 et suivants du code de l'environnement.

Les articles L123-12 et R 123-8 du code de l'environnement précisent la composition du dossier d'enquête.

III. 2 - L'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative à la révision du règlement local de publicité, la décision pouvant être adoptée au terme de l'enquête et l'autorité compétente pour prendre la décision d'approbation :

Par délibération n°33/2018 en date du 26 mars 2018, la commune a prescrit la révision du règlement local de publicité et fixé les modalités de la concertation.

Par délibération n°09/2019 en date du 28 janvier 2019, la commune a débattu sur les orientations générales du règlement local de publicité.

Par délibération n°36/2019 en date du 25 mars 2019, la commune a modifié les modalités de la concertation.

La concertation a eu lieu pendant toute la durée des études.

Par délibération n°90/2020 en date du 29 septembre 2020, la commune a présenté le bilan de la concertation et arrêté le projet de révision du règlement local de publicité en conseil municipal.

Le projet de révision du règlement local de publicité a été transmis pour avis aux personnes publiques associées, aux personnes consultées à leur demande et à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites.

Après la saisine du tribunal administratif en vue de la nomination d'un commissaire enquêteur, la commune a soumis, par arrêté, le projet de révision du règlement local de publicité à enquête publique.

L'enquête publique, qui dure au minimum 30 jours, permet de porter le projet de règlement local de publicité à la connaissance du public afin qu'il fasse part de ses observations sur le registre prévu à cet effet.

A l'expiration du délai d'enquête, le registre est clos et signé par le commissaire enquêteur.

Le projet de règlement local de publicité, éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur, est approuvé par délibération du conseil municipal.

IV – LORSQU'ILS SONT RENDUS OBLIGATOIRES PAR UN TEXTE LEGISLATIF OU REGLEMENTAIRE PREALABLEMENT A L'OUVERTURE DE L'ENQUETE, LES AVIS EMIS SUR LE PROJET SONT MIS A DISPOSITION DU PUBLIC :

Les avis des personnes publiques associées et l'avis de la CDNPS sont joints au dossier d'enquête publique.

V. – LES AUTRES ELEMENTS MIS A DISPOSITION DU PUBLIC :

Le bilan de la concertation ainsi que la synthèse des observations et propositions formulées par le public est mis à disposition du public dans le cadre de la présente enquête publique.

VI- LA MENTION DES AUTRES AUTORISATIONS NECESSAIRES POUR REALISER LE PROJET DONT LE OU LES MAITRES D'OUVRAGE ONT CONNAISSANCE :

Aucune autre autorisation n'est nécessaire pour réviser le règlement local de publicité.