

**Commune de Roissy-en-Brie
(Seine-et-Marne)**

ENQUETE PUBLIQUE ENVIRONNEMENTALE
du lundi 17 mai 2021 au mercredi 16 juin 2021 inclus
relative au

**Projet de Révision du RLP de la commune de Roissy-en-Brie
(Règlement Local de Publicité)**



Le château de Roissy, des XVIIème et XIXème siècles, siège de la mairie

DOCUMENT 1 : RAPPORT DU COMMISSAIRE ENQUETEUR
et à la suite

DOCUMENT 2 : CONCLUSIONS ET AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

DOCUMENT 3 : ANNEXES

DOCUMENT 4 : PIÈCES JOINTES

JACKY HAZAN

COMMISSAIRE ENQUETEUR

16 JUILLET 2021

ANNEXES

(Les annexes font partie intégrante du rapport)

Elles font l'objet du Document 3

Annexe 1 : Procès verbal de Synthèse, du 2 juillet 2021 ;

Annexe 2 : Mémoire en réponse du Maître d'ouvrage, version papier
du 3 juillet 2021

Annexe 3 : Lettre type de consultation des PPA et PPC
(exemple pour la Communauté d'Agglomération Paris – Vallée de la Marne)

2021

Jacky HAZAN
2 Rue de Fontenay
94130, Nogent-sur-Marne

Monsieur le Maire
de la Commune de Roissy-en-Brie
Mairie de Roissy-en-Brie
9 rue Pasteur
77680 Roissy-en-Brie

Commissaire enquêteur désigné
par le Tribunal administratif de Melun
par décision du 18 mars 2021,
dossier E200000024/77

Projet de Révision du RLP de la commune de Roissy-en-Brie
(Règlement Local de Publicité)

PROCES-VERBAL DE SYNTHESE

**DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES
DES PERSONNES PUBLIQUES CONSULTEES
et DU COMMISSAIRE ENQUETEUR**

document remis en mains propres le 2 juillet 2021 à Monsieur le maire
de la commune de Roissy-en-Brie

Monsieur le Maire,

L'enquête publique pour la Révision du RLP de la commune de Roissy-en-Brie pour laquelle j'ai été désigné en qualité de commissaire enquêteur par le Tribunal administratif de Melun, s'est tenue du lundi 17 mai 2021 au mercredi 16 juin 2021 inclus, soit pendant 31 jours consécutifs, aux services techniques de la mairie, siège de l'urbanisme , 34-36 rue de Wattripont à Roissy-en-Brie.

Elle s'y est achevée le mercredi 16 juin 2021 à 17h00.

J'ai clos le registre papier mairie, qui comporte un total **de 3** observations. reçues par courrier électronique, avec leurs pièces jointes et leurs photos éventuelles
Le registre ne comporte aucune observation manuelle directe.

Conformément aux dispositions de l'article R.123-18-2^{ème}alinéa du code de l'environnement, confirmé par l'article 8 de l'arrêté municipal du 7 avril 2021, je vous communique ci-joint, sous la forme d'un procès-verbal de synthèse, qui, compte tenu de l'absence d'observations du public, constitue le recueil des observations écrites des seules Personnes Publiques Associées (PPA), et Personnes Publiques Consultées (PPC) telles que je les ai dépouillées puis analysées, ainsi que mon propre questionnement.

Nous étions convenus d'une remise en mains propres au 2 juillet 2021.
Je vous invite à produire dans un délai de quinze jours vos observations éventuelles, sous forme d'un mémoire en réponse.

Je vous prie de bien vouloir agréer, Monsieur le Maire, , l'expression de mes respectueuses salutations.

Etabli en double exemplaire :

Le 2 juillet 2021

pour Monsieur le maire
de la commune de Roissy-en-Brie

M. Jonathan ZERDOUN,
premier maire adjoint délégué
en charge de l'urbanisme,
de l'Environnement, des grands projets
et des quartiers.



Le commissaire enquêteur
Jacky HAZAN

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jacky HAZAN', is written over a blue ink scribble.

Article R123-18

- Modifié par [Décret n°2017-626 du 25 avril 2017 - art. 4](#)

A l'expiration du délai d'enquête, le registre d'enquête est mis à disposition du commissaire enquêteur ou du président de la commission d'enquête et clos par lui. En cas de pluralité de lieux d'enquête, les registres sont transmis sans délai au commissaire enquêteur ou au président de la commission d'enquête et clos par lui.

Après clôture du registre d'enquête, le commissaire enquêteur ou le président de la commission d'enquête rencontre, dans un délai de huit jours, le responsable du projet, plan ou programme et lui communique les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse. Le délai de huit jours court à compter de la réception par le commissaire enquêteur ou le président de la commission d'enquête du registre d'enquête et des documents annexés. Le responsable du projet, plan ou programme dispose d'un délai de quinze jours pour produire ses observations.

Lorsque l'enquête publique est prolongée en application de l'article L. 123-9, l'accomplissement des formalités prévues aux deux alinéas précédents est reporté à la clôture de l'enquête ainsi prolongée.



Le 5 Juillet 2021

Monsieur HAZAN
2, rue de Fontenay
94130 NOGENT SUR MARNE

Dossier suivi par P. Chambolle
N/ Référence : DU/PC/1159
Rip roissy en brie

Lettre RAR

BORDEREAU D'ENVOI

COMMENTAIRES :

Je vous prie de trouver ci-joint les réponses de la commune aux observations faites lors de l'enquête publique.

Vous en souhaitant bonne réception,

P ;Chambolle
Service urbanisme
01.64.43.15.00

Recueil des observations recueillies

(le public n'ayant pas participé)

**Formulées par les seules PPA et PPC
dans le cadre de leur consultation préliminaire
par divers PPC au cours de l'enquête
et par le commissaire enquêteur**

3 Analyse des observations et/ou courriers recueillis

3.1 Remarques préliminaires :

L'enquête publique est l'occasion donnée aux habitants de la commune, (ou autres personnes) pour exprimer leurs souhaits, suggestions ou propositions.

Sont considérées comme observations les rédactions directes sur les registres ou tout document écrit ou dactylographié remis en/hors permanence et collé ou agrafé sur le registre-papier et toute observation (RE) formulée sur le registre électronique dédié.

Au cas précis, il n'y a eu aucune observation écrite du public.

Toutes les observations des PPA et PPC ont été reprises et intégrées au Recueil des observations, *en italique pour l'écrit*, avec leurs documents annexes ou photos, et en totalité, à l'exception partielle concernant les pages de l'UPE ne présentant pas de propositions.

Les illustrations ont été pratiquement toutes intégrées.

Ces observations pourront être commentées par le maître d'ouvrage dans son mémoire en réponse, et faire l'objet, à la suite, d'appréciations du commissaire enquêteur.

Ces observations ou avis des Personnes Publiques Associées (PPA) ou des PPC, sont reprises séquencées de manière à recueillir des réponses détaillées du Maître d'ouvrage

Pour ce qui concerne l'UPE,

Il convient de bien distinguer, les observations formulées sur consultation des PPC, des observations formulées au cours de l'enquête, reprises et/ou complétées, et développées sur 35 pages

Le Maître d'ouvrage, bien entendu, pourra reprendre ses réponses déjà exprimées dans le premier cadre, telles quelles, quand elles reviennent dans le second cadre.

NOTA :

Les extraits d'observations ou avis sont donc en italique

Les réponses du Maître d'Ouvrage (M.O) sont en bleu (ou une autre couleur de son choix)

Les appréciations du commissaire enquêteur sont en bistre.

3.2 observations du public :

Il n'y en a eu aucune, que ce soit directement sur le registre papier ou sur le registre électronique.

3.3 observations des Personnes Publiques Associées (PPA) formulées au cours de leur consultation:

La Préfecture de Seine-et-Marne a répondu au travers de deux services de l'État :

La Commission Départementale Nature, Paysages et Sites de Seine-et-Marne (CDNPS).

Le service Énergies, Mobilités et Cadre de Vie ; DDT de Seine-et-Marne, Unité Cadre de Vie.

3.3.1 Remarques de la Commission Départementale Nature, Paysages et Sites de Seine-et-Marne (CDNPS) :

3.3.1a Remarques sur le zonage :

3.1.1 La zone de publicité réglementée n° 1

Cette zone concerne le centre-ville de la commune. Elle est essentiellement dédiée aux commerces de proximité et d'habitat mixte (collectifs de petite hauteur et habitat individuel).

3.1.2 La zone de publicité réglementée n° 2

Cette zone concerne les différents secteurs d'activités artisanales, commerciales et industrielles.

3.1.3 La zone de publicité réglementée n° 3

Cette zone concerne le reste de l'agglomération à l'exclusion de la zone de la gare.

3.1.4 La zone de publicité réglementée n° 4

Il s'agit là de la zone de la gare.

3.2 REMARQUE SUR LE ZONAGE

La zone de publicité réglementée n° 4 était initialement intégrée à la ZPR 3 bien qu'ayant un régime particulier.

La commune a décidé en dernier ressort, avec à-propos, de créer une zone à part entière pour la zone de la gare qui a des prescriptions beaucoup plus souples pour les enseignes mais surtout pour la publicité.

En effet, l'attribution de règles différentes pour une même zone peut entraîner une certaine confusion et on peut penser que cette situation amènerait à une application imparfaite du règlement. Cette position serait d'autant plus gênante que la zone dans laquelle la gare était initialement comprise est interdite de publicité sauf pour les dispositifs posés au sol, dispositifs s'adressant uniquement aux acteurs locaux.

Aussi, l'ensemble des documents constituant le dossier de RLP devra être revu pour être en cohérence avec ce règlement.

Par ailleurs, la zone commerciale d'Intermarché n'apparaît pas en bleu alors qu'elle est bien en ZPR2.



3.3.1a1 Réponse du Maître d'ouvrage :

- *La zone dédiée au site de la gare SNCF est dénommée zone de publicité n° 4 (ZP4). L'annexe graphique sera modifiée en intégrant ladite zone.*
- *Le règlement et le rapport de représentation seront modifiés par des corrections de textes et l'intégration d'un chapitre V pour les dispositions spécifiques applicables en zone ZP4.*

3.3.1a2 Appréciation du commissaire enquêteur

3.3.1b remarque 2 sur la zone commerciale :

La zone commerciale d'Intermarché n'apparaît pas en bleu, alors qu'elle est bien en ZPR2.

3.3.1b1 Réponse du Maître d'ouvrage :

- *Le zonage de la ZP2 sera corrigé.*

3.3.1b2 Appréciation du commissaire enquêteur

3.3.1c Sur la Publicité :

4. L'ANALYSE DES CHOIX RETENUS

4.1 LA PUBLICITÉ

Le rapport de présentation met en évidence les pôles où se concentrent les publicités de plus de 2m². Celles-ci représentent moins de 20% du parc publicitaire. Ces dispositifs sont essentiellement concentrés sur la gare, la zone d'activités de l'habitat et la zone industrielle des 50 arpents commune à Pontault-Combault. Ces dispositifs publicitaires sont maintenus mais avec un format réduit à 8 m² pour les scellés au sol au lieu des 12m² autorisés.

Néanmoins, cette révision supprime les dispositifs muraux excepté pour la gare. Ce mode d'installation reste peu utilisé puisqu'il ne représente que 8% des publicités. Le diagnostic ne permet pas de voir si cette disposition entraînera la suppression d'un grand nombre de dispositifs, mais on peut penser que la réduction du format à 2m² aura un réel impact visuel au niveau de la gare.

Les secteurs du centre-ville et celui de la zone urbaine sont donc interdits de dispositif publicitaire. Toutefois, pour permettre aux commerces de proximité de communiquer, des publicités posées au sol sous forme de chevalet ou oriflamme sont autorisées au droit des établissements.

L'interdiction générale de la publicité sur les clôtures qui actuellement constitue 26% des publicités, très souvent peu qualitative, garantit une qualité paysagère.

On peut regretter que l'extinction de publicité ne s'applique pas au mobilier urbain à l'exclusion des abri-voyageurs.

4.2 LES ENSEIGNES

Le diagnostic montre que l'enseigne prend une place importante dans le paysage puisque on recense 1 176 enseignes pour 182 commerces ce qui représente plus de 6 enseignes par commerce tout type confondu.

Le règlement prévoit peu d'interdiction d'enseignes mais les limite en surface et en hauteur pour celles scellées au sol. Cette prudence ne permet pas une meilleure visibilité des activités. En revanche, des prescriptions d'ordre esthétique et d'harmonisation sont édictées ce qui correspond bien à l'objectif de la commune d'améliorer la qualité paysagère des enseignes.

En contrepartie la multiplication des formats par typologie de même nature, ne permet pas une lecture bien aisée du règlement. Une surface identique pour l'ensemble des dispositifs aurait été plus simple à appliquer et à faire respecter.

Le règlement a choisi de ne pas limiter les enseignes temporaires qui peuvent parfois avoir un impact dégradant de l'environnement paysager car peu réglementées par le code de l'environnement.

Le projet laisse une large place au numérique en ZP2 avec du 8 m², zones dédiées à l'activité artisanale, commerciale et industrielle. Cela peut être particulièrement gênant pour celles situées aux abords de voies rapides telle que la zone de 50 arpents.

3.3.1c1 Réponse du Maître d'ouvrage :

Art. I.1.10 : Extinction lumineuse

« Les publicités éclairées par transparence doivent être éteintes entre 23 heures et 6 heures. Cette règle d'extinction ne s'applique pas à la publicité éclairée par transparence sur le mobilier urbain. »

3.3.1c2 Appréciation du commissaire enquêteur

3.3.1d sur les enseignes :

4. L'ANALYSE DES CHOIX RETENUS

4.1 LA PUBLICITÉ

Le rapport de présentation met en évidence les pôles où se concentrent les publicités de plus de 2m². Celles-ci représentent moins de 20% du parc publicitaire. Ces dispositifs sont essentiellement concentrés sur la gare, la zone d'activités de l'habitat et la zone industrielle des 50 arpents commune à Pontault-Combault. Ces dispositifs publicitaires sont maintenus mais avec un format réduit à 8 m² pour les scellés au sol au lieu des 12m² autorisés.

Néanmoins, cette révision supprime les dispositifs muraux excepté pour la gare. Ce mode d'installation reste peu utilisé puisqu'il ne représente que 8% des publicités. Le diagnostic ne permet pas de voir si cette disposition entraînera la suppression d'un grand nombre de dispositifs, mais on peut penser que la réduction du format à 8m² aura un réel impact visuel au niveau de la gare.

Les secteurs du centre-ville et celui de la zone urbaine sont donc interdits de dispositif publicitaire. Toutefois, pour permettre aux commerces de proximité de communiquer, des publicités posées au sol sous forme de chevalet ou oriflamme sont autorisées au droit des établissements.

L'interdiction générale de la publicité sur les clôtures qui actuellement constitue 26% des publicités, très souvent peu qualitative, garantit une qualité paysagère.

On peut regretter que l'extinction de publicité ne s'applique pas au mobilier urbain à l'exclusion des abri-voyageurs.

4.2 LES ENSEIGNES

Le diagnostic montre que l'enseigne prend une place importante dans le paysage puisque on recense 1176 enseignes pour 182 commerces ce qui représente plus de 6 enseignes par commerce tout type confondu.

Le règlement prévoit peu d'interdiction d'enseignes mais les limite en surface et en hauteur pour celles scellées au sol. Cette prudence ne permet pas une meilleure visibilité des activités. En revanche, des prescriptions d'ordre esthétique et d'harmonisation sont édictées ce qui correspond bien à l'objectif de la commune d'améliorer la qualité paysagère des enseignes.

En contrepartie la multiplication des formats par typologie de même nature, ne permet pas une lecture bien aisée du règlement. Une surface identique pour l'ensemble des dispositifs aurait été plus simple à appliquer et à faire respecter.

Le règlement a choisi de ne pas limiter les enseignes temporaires qui peuvent parfois avoir un impact dégradant de l'environnement paysager car peu réglementées par le code de l'environnement.

Le projet laisse une large place au numérique en ZP2 avec du 8 m², zones dédiées à l'activité artisanale, commerciale et industrielle. Cela peut être particulièrement gênant pour celles situées aux abords de voies rapides telle que la zone de 50 arpents.

3.3.1d1 Réponse du Maître d'ouvrage :

Art. III.3.8 : Extinction lumineuse

« Les enseignes numériques sont interdites, à l'exception des zones commerciales Intermarché et Gecko.

La Surface unitaire sera limitée à 8 m². »

3.3.1d2 Appréciation du commissaire enquêteur

3.3.1e sur l'extinction

En ce qui concerne l'extinction des enseignes lumineuses, le projet la prévoit une heure après fermeture alors qu'aussitôt fermé le commerce n'a plus lieu de se signaler d'autant que cette mesure est difficilement contrôlable.

5. CONCLUSION

La commune de Roissy-en-Brie, par la révision de son projet de règlement local de publicité respecte bien les objectifs qu'elle s'est fixée en limitant l'affichage publicitaire déjà peu présent actuellement tout en permettant de répondre aux besoins de communication des différents acteurs locaux selon la zone intéressée.

Elle a également traité les enseignes non réglementées dans le règlement de publicité en vigueur afin d'améliorer le cadre de vie des habitants et de renforcer l'identité et l'image de la commune.

Le nouveau zonage a bien pris en compte le développement économique de la commune.

Malgré l'erreur de zonage de la gare et de la zone commerciale d'Intermarché qui doit être impérativement rectifiée, je propose aux membres de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites d'émettre un avis favorable sur ce projet de règlement local de publicité de Roissy-en-Brie adopté lors du conseil du 29 septembre 2020.

Fait à Melun, le 7 décembre 2020

le rédacteur



Brigitte VIAREGGI
Chargée d'études
publicité

le relecteur



Michel AVALE
Chef de l'unité cadre de
vie par intérim,

Le validateur



Amal GHAZI
Chef du service énergies,
mobilités et cadre de vie

Par ailleurs :

« *On peut regretter que l'extinction de publicité ne s'applique pas au mobilier urbain, à l'exclusion des abri(s) voyageurs* » '§ 4.1)

3.3.1e 1 Réponse du Maître d'ouvrage :

Art. I.1.10 : Extinction lumineuse

« Les publicités éclairées par transparence doivent être éteintes entre 23 heures et 6 heures. Cette règle d'extinction ne s'applique pas à la publicité éclairée par transparence sur le mobilier urbain. »

3.3.1e 2 Appréciation du commissaire enquêteur

3.3.2 Remarques du Service Énergies, Mobilités et Cadre de Vie ; (DDT de Seine-et-Marne, Unité Cadre de Vie) :

3.3.2a sur les limites d'agglomération et le zonage :

2. ANALYSE DU PROJET AU REGARD DE LA NOUVELLE PROCÉDURE D'ÉLABORATION DES RLP

La loi « Grenelle2 » du 12 juillet 2010 a profondément modifié la procédure d'élaboration des règlements locaux de publicité, en la calquant sur la procédure d'élaboration des plans locaux d'urbanisme.

Cette même loi a introduit un nouvel article dans le code de l'environnement, l'article L5B1-14-1, qui décrit les principales phases de l'élaboration des RLP, en ajoutant une phase supplémentaire, celle de soumettre le projet pour avis à la commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS), réunie dans sa formation « publicité ». Cette commission aura eu lieu sous un format dématérialisé durant la période du 17 décembre 2020 au 10 janvier 2021.

3. ANALYSE DES PERSPECTIVES DE TRAITEMENT DE LA PUBLICITÉ ET DES ENSEIGNES SUR LA COMMUNE

3.1. Éléments de contexte

La commune de Roissy-en-Brie compte 23 331 habitants (source INSEE 2019) et dispose d'un règlement local de publicité datant de 1990. La caducité de ce dernier aurait dû intervenir en juillet 2020. Or en raison de la pandémie liée à la Covid 19, un report de cette date a été décidé par la loi n° 2020-734 du 17 juin 2020 relative à diverses dispositions liées à la crise sanitaire, à d'autres mesures urgentes et parues au JO du 18 juin 2020. Cette disposition permet aux RLP 1ère génération de poursuivre leurs effets jusqu'en janvier 2021.

La collectivité a entrepris la révision de son RLP, afin que celui-ci puisse toujours être en vigueur après la date de caducité initiale fixée. Or, cette révision ne peut aboutir avant la date du 14 janvier 2021. Aussi, les instructions en cours et celles à venir devront être assurées par la direction départementale des territoires de Seine-et-Marne, tant que le règlement local de publicité ne sera pas opposable.

3.2. Analyse du projet de règlement

3.2.1. En ce qui concerne les limites d'agglomération et le zonage

Le territoire de la commune est composé d'un espace urbain, dont différentes entités apparaissent : les zones d'habitats collectifs et individuels, un secteur de commerces de proximité, des zones d'activités et enfin la gare. Chacune d'elles est délimitée par une zone. Les zones d'activités, d'artisanat ou commerciales ont été regroupées dans une même zone, malgré l'objectif d'un traitement pas nécessairement identique.

Le territoire urbain est intégralement couvert par cette révision. Seule la partie hors agglomération n'a pas été traitée mais reste protégée par la réglementation nationale de publicité.

En conséquence, le plan de zonage détermine 4 zones bien délimitées. En revanche, la légende est imprécise, puisque la zone n° 3 est la zone d'habitat et la zone n° 4 est celle de la gare. Il est primordial d'inverser les couleurs des cartouches de la légende de ces deux zones. Il est impératif que l'ensemble du dossier constituant le RLP soit revu dans ce sens.

Par ailleurs, la zone commerciale d'INTERMARCHÉ est délimitée en bleu fond jaune alors qu'elle devrait apparaître intégralement en bleu. Cette anomalie devra également être rectifiée.

Nonobstant ces deux erreurs, le plan de zonage en format zéro permet une lecture précise des zones et des limites d'agglomération indiquées par un trait rouge.

3.2.2. En ce qui concerne le rapport de présentation

Le rapport de présentation identifie les différents secteurs à enjeux. Il expose parfaitement la situation et l'objectif à atteindre de tous ces secteurs.

3.3.2a1 réponse du M.O

- La légende des zones ZP3 et ZP4 sera corrigée.
- Le zonage de la ZP2 sera corrigé.

3.3.2a2 appréciation du commissaire enquêteur :

3.3.2b sur le rapport de présentation :

Conformément à l'annexe de l'Instruction du gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et pré enseignes, le diagnostic recense bien les dispositifs et leur typologie. En revanche, il ne permet pas de connaître le nombre de dispositifs en infraction.

Des précisions devront être apportées sur le rapport de présentation, tant en matière de publicité que d'enseignes. Celui-ci devra faire apparaître, localiser si possible, le nombre de dispositifs d'enseignes et de publicités en infraction, soit au titre du règlement en vigueur, soit titre du code de l'environnement.

Le chapitre relatif au choix des zones devra être revu pour intégrer la zone de la gare ZP n° 4.

3.2.3. *À propos de la publicité*

Quatre zones réglementées pour la publicité y sont définies (ZP1 à ZP4). La ZPA du règlement en vigueur disparaît au profit de la ZP3 puisque aujourd'hui, cette zone est intégrée à l'agglomération qui s'est étendue depuis.

Toutes ces zones sont en agglomération et donc susceptibles d'accueillir de la publicité. Pour autant, la publicité demeure peu présente sur le territoire. L'essentiel de la publicité est scellé au sol. Néanmoins, la surface des dispositifs reste réduite pour la plupart à 2 m², s'agissant du mobilier urbain. Bien que plus impactante visuellement que la publicité murale, la collectivité a autorisé un format de 8 m², encadrement compris, ce qui est plutôt rare pour le souligner pour 3 zones de la ZP2 et les quais de la gare (ZP4). Ce choix s'explique par le fait que ce sont essentiellement des bâtiments commerciaux peu enclins à accueillir des dispositifs muraux sur leur établissement. Sans cette couverture aux scellés au sol, cela reviendrait à interdire toutes les publicités sur l'agglomération, hormis sur le mobilier urbain et le secteur de la gare.

Toutefois, en dehors de ces zones, les commerçants ont la possibilité d'annoncer leur activité ou leurs offres promotionnelles à l'aide d'un chevalet ou d'une oriflamme. Le terme « *raison sociale* », dans les articles II.2.3 et IV.2.3 devra être supprimé. S'agissant de dispositifs publicitaires on ne peut employer un terme relatif à l'enseigne.

L'interdiction générale des bâches publicitaires et des dispositifs de dimension exceptionnelle ne présente que peu d'intérêt, puisque ces deux catégories sont soumises à autorisation, en application de l'article L581.9 du code de l'environnement.

Les éléments relatifs à la ZP4 seront supprimés de la ZP3 et affectés à la ZP4 spécifiquement. Ainsi, les quatre zones seront bien différenciées et respecteront le plan de zonage.

3.2.4. *À propos des enseignes*

Contrairement au règlement en vigueur, cette révision a bien pris en compte les enseignes. En effet, des dispositions spécifiques ont été adoptées pour une meilleure intégration de l'enseigne sur le bâti. En effet, ces enseignes représentent une part importante dans le paysage puisqu'elles constituent près de 90 % des dispositifs. Aussi, une harmonisation des dispositifs sur le centre-ville et des zones mixtes ne peut que valoriser le patrimoine architectural de la commune.

En revanche, aucune disposition n'a été prise pour les enseignes sur bâti dans les zones d'activités (ZP2) et c'est donc le règlement national qui s'applique. Celui-ci ayant déjà des prescriptions restrictives en termes de surface, ce choix n'aura pas d'incidence particulière. En outre, pour cette zone (ZP2) mais également pour la ZP3, le règlement intègre bien les dispositifs scellés au sol qui ne représentent que 7 % des enseignes. On peut regretter la multiplication de la typologie des enseignes scellées au sol et l'absence de mesure favorisant le regroupement de celles-ci.

Le projet prend bien en compte les enseignes de moins de 1 m², en limitant à une seule par voie, sans cumul possible avec celles de plus de 1 m². Cette mesure évite la multiplication des enseignes de petit format non réglementées par le code de l'environnement.

Les horaires d'extinction des enseignes lumineuses sont plus restrictifs que le règlement national (1h-6h). La plage d'extinction a été étendue, puisque les enseignes doivent être éteintes 1 heure après la cessation de l'activité et jusqu'à 7 h. Cette disposition du RLP répond à la volonté de protection de cadre de vie des habitants. Toutefois, cette mesure est difficilement maîtrisable.

3.3.2b1 réponse du M.O

- *La zone dédiée au site de la gare SNCF est dénommée zone de publicité n° 4 (ZP4). L'annexe graphique sera modifiée en intégrant ladite zone.*
- *Le règlement et le rapport de représentation seront modifiés par des corrections de textes et l'intégration d'un chapitre V pour les dispositions spécifiques applicables en zone ZP4.*

3.3.2b2 appréciation du commissaire enquêteur :

3.3.2c sur la publicité :

Conformément à l'annexe de l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et pré enseignes, le diagnostic recense bien les dispositifs et leur typologie. En revanche, il ne permet pas de connaître le nombre de dispositifs en infraction.

Des précisions devront être apportées sur le rapport de présentation, tant en matière de publicité que d'enseignes. Celui-ci devra faire apparaître, localiser si possible, le nombre de dispositifs d'enseignes et de publicités en infraction, soit au titre du règlement en vigueur, soit titre du code de l'environnement.

Le chapitre relatif au choix des zones devra être revu pour intégrer la zone de la gare ZP n° 4.

3.2.3. À propos de la publicité

Quatre zones réglementées pour la publicité y sont définies (ZP1 à ZP4). La ZPA du règlement en vigueur disparaît au profit de la ZP3 puisque aujourd'hui, cette zone est intégrée à l'agglomération qui s'est étendue depuis.

Toutes ces zones sont en agglomération et donc susceptibles d'accueillir de la publicité. Pour autant, la publicité demeure peu présente sur le territoire. L'essentiel de la publicité est scellé au sol. Néanmoins, la surface des dispositifs reste réduite pour la plupart à 2 m², s'agissant du mobilier urbain. Bien que plus impactante visuellement que la publicité murale, la collectivité a autorisé un format de 8 m², encadrement compris, ce qui est plutôt rare pour le souligner pour 3 zones de la ZP2 et les quais de la gare (ZP4). Ce choix s'explique par le fait que ce sont essentiellement des bâtiments commerciaux peu enclins à accueillir des dispositifs muraux sur leur établissement. Sans cette ouverture aux scellés au sol, cela reviendrait à interdire toutes les publicités sur l'agglomération, hormis sur le mobilier urbain et le secteur de la gare.

Toutefois, en dehors de ces zones, les commerçants ont la possibilité d'annoncer leur activité ou leurs offres promotionnelles à l'aide d'un chevalet ou d'une oriflamme. Le terme « raison sociale », dans les articles II.2.3 et IV.2.3 devra être supprimé. S'agissant de dispositifs publicitaires on ne peut employer un terme relatif à l'enseigne.

L'interdiction générale des bâches publicitaires et des dispositifs de dimension exceptionnelle ne présente que peu d'intérêt, puisque ces deux catégories sont soumises à autorisation, en application de l'article L581.9 du code de l'environnement.

Les éléments relatifs à la ZP4 seront supprimés de la ZP3 et affectés à la ZP4 spécifiquement. Ainsi, les quatre zones seront bien différenciées et respecteront le plan de zonage.

3.2.4. À propos des enseignes

Contrairement au règlement en vigueur, cette révision a bien pris en compte les enseignes. En effet, des dispositions spécifiques ont été adoptées pour une meilleure intégration de l'enseigne sur le bâti. En effet, ces enseignes représentent une part importante dans le paysage puisqu'elles constituent près de 80 % des dispositifs. Aussi, une harmonisation des dispositifs sur le centre-ville et des zones mixtes ne peut que valoriser le patrimoine architectural de la commune.

En revanche, aucune disposition n'a été prise pour les enseignes sur bâti dans les zones d'activités (ZP2) et c'est donc le règlement national qui s'applique. Celui-ci ayant déjà des prescriptions restrictives en termes de surface, ce choix n'aura pas d'incidence particulière. En outre, pour cette zone (ZP2) mais également pour la ZP3, le règlement intègre bien les dispositifs scellés au sol qui ne représentent que 7 % des enseignes. On peut regretter la multiplication de la typologie des enseignes scellées au sol et l'absence de mesure favorisant le regroupement de celles-ci.

Le projet prend bien en compte les enseignes de moins de 1 m², en limitant à une seule par voie, sans cumul possible avec celles de plus de 1 m². Cette mesure évite la multiplication des enseignes de petit format non réglementées par le code de l'environnement.

Les horaires d'extinction des enseignes lumineuses sont plus restrictifs que le règlement national (1h-6h). La plage d'extinction a été étendue, puisque les enseignes doivent être éteintes 1 heure après la cessation de l'activité et jusqu'à 7 h. Cette disposition du RLP répond à la volonté de protection de cadre de vie des habitants. Toutefois, cette mesure est difficilement maîtrisable.

3.3.2c1 réponse du M.O:

Articles II.2.3 et IV.2.3 : Dispositifs publicitaires installés directement sur le sol

« Le cumul oriflamme et chevalet n'est pas autorisé. Un seul dispositif est admis par voie bordant la devanture commerciale où est exercée l'activité signalée. »

- Les éléments de la ZP3 concernant le site de la gare SNCF seront supprimés et intégrés dans le nouveau CHAPITRE V relatif à la ZP4.*

3.3.2c2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.2d sur les enseignes :

Conformément à l'annexe de l'instruction du gouvernement du 25 mars 2014 relative à la réglementation nationale des publicités, des enseignes et pré enseignes, le diagnostic recense bien les dispositifs et leur typologie. En revanche, il ne permet pas de connaître le nombre de dispositifs en infraction.

Des précisions devront être apportées sur le rapport de présentation, tant en matière de publicité que d'enseignes. Celui-ci devra faire apparaître, localiser si possible, le nombre de dispositifs d'enseignes et de publicités en infraction, soit au titre du règlement en vigueur, soit titre du code de l'environnement.

Le chapitre relatif au choix des zones devra être revu pour intégrer la zone de la gare ZP n°4.

3.2.3. *À propos de la publicité*

Quatre zones réglementées pour la publicité y sont définies (ZP1 à ZP4). La ZPA du règlement en vigueur disparaît au profit de la ZP3 puisque aujourd'hui, cette zone est intégrée à l'agglomération qui s'est étendue depuis.

Toutes ces zones sont en agglomération et donc susceptibles d'accueillir de la publicité. Pour autant, la publicité demeure peu présente sur le territoire. L'essentiel de la publicité est scellé au sol. Néanmoins, la surface des dispositifs reste réduite pour la plupart à 2 m², s'agissant du mobilier urbain. Bien que plus impactante visuellement que la publicité murale, la collectivité a autorisé un format de 8 m², encadrement compris, ce qui est plutôt rare pour le souligner pour 3 zones de la ZP2 et les quais de la gare (ZP4). Ce choix s'explique par le fait que ce sont essentiellement des bâtiments commerciaux peu enclins à accueillir des dispositifs muraux sur leur établissement. Sans cette ouverture aux scellés au sol, cela reviendrait à interdire toutes les publicités sur l'agglomération, hormis sur le mobilier urbain et le secteur de la gare.

Toutefois, en dehors de ces zones, les commerçants ont la possibilité d'annoncer leur activité ou leurs offres promotionnelles à l'aide d'un chevalet ou d'une oriflamme. Le terme « raison sociale », dans les articles II.2.3 et IV.2.3 devra être supprimé. S'agissant de dispositifs publicitaires on ne peut employer un terme relatif à l'enseigne.

L'interdiction générale des bâches publicitaires et des dispositifs de dimension exceptionnelle ne présente que peu d'intérêt, puisque ces deux catégories sont soumises à autorisation, en application de l'article L581.9 du code de l'environnement.

Les éléments relatifs à la ZP4 seront supprimés de la ZP3 et affectés à la ZP4 spécifiquement. Ainsi, les quatre zones seront bien différenciées et respecteront le plan de zonage.

3.2.4. *À propos des enseignes*

Contrairement au règlement en vigueur, cette révision a bien pris en compte les enseignes. En effet, des dispositions spécifiques ont été adoptées pour une meilleure intégration de l'enseigne sur le bâti. En effet, ces enseignes représentent une part importante dans le paysage puisqu'elles constituent près de 90 % des dispositifs. Aussi, une harmonisation des dispositifs sur le centre-ville et des zones mixtes ne peut que valoriser le patrimoine architectural de la commune.

En revanche, aucune disposition n'a été prise pour les enseignes sur bâti dans les zones d'activités (ZP2) et c'est donc le règlement national qui s'applique. Celui-ci ayant déjà des prescriptions restrictives en termes de surface, ce choix n'aura pas d'incidence particulière. En outre, pour cette zone (ZP2) mais également pour la ZP3, le règlement intègre bien les dispositifs scellés au sol qui ne représentent que 7 % des enseignes. On peut regretter la multiplication de la typologie des enseignes scellées au sol et l'absence de mesure favorisant le regroupement de celles-ci.

Le projet prend bien en compte les enseignes de moins de 1 m², en limitant à une seule par voie, sans cumul possible avec celles de plus de 1 m². Cette mesure évite la multiplication des enseignes de petit format non réglementées par le code de l'environnement.

Les horaires d'extinction des enseignes lumineuses sont plus restrictifs que le règlement national (1h-6h). La plage d'extinction a été étendue, puisque les enseignes doivent être éteintes 1 heure après la cessation de l'activité et jusqu'à 7 h. Cette disposition du RLP répond à la volonté de protection de cadre de vie des habitants. Toutefois, cette mesure est difficilement maîtrisable.

Aussi, une mesure d'extinction, soit à la fermeture de l'activité, soit à une heure fixe, aurait-elle un impact bien plus important.

En ce qui concerne les enseignes temporaires souvent omniprésentes, le règlement ne traite que de celles de plus de 3 mois, avec une restriction relativement limitée. Cela peut paraître étonnant, au regard du rapport de présentation qui alerte sur la possibilité d'altérer le paysage avec la signalisation temporaire dans les zones d'activités.

4. CONCLUSION

Le règlement local de publicité répond aux orientations que la collectivité s'est fixées, notamment en améliorant la qualité paysagère par une harmonisation des enseignes. L'ensemble du dossier de RLP doit être revu afin de mettre l'ensemble en conformité par rapport au zonage.

Sous réserve de prendre en considération les éléments indiqués en gras et en italique dans le présent avis, j'émetts un avis favorable au projet de règlement local de publicité de la commune de Roissy-en-Brie.



Thierry COUDERT

3.3.2d1 réponse du M.O :

- *Sans suite*

3.3.2d2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.2e remarques diverses

3.3.3 e1 réponse du M.O :

- *Sans suite*

3.3.3 e2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3f sur la 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.

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.

3.3.3f1 réponse du M.O :

ZP2 : Art III.2.2 Publicité scellée au sol :

- ✓ *Un intervalle de 200 mètres devra être respecté entre chaque dispositif installé sur le domaine privé ou public, séparé par une voie routière.*

Surface de l'affiche ou de l'écran : 8 m² maximum

Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m² maximum

ZP4 Gare SNCF :

Le zonage reste inchangé et se limite au bâtiment voyageur et aux quais de gare.

3.3.3f2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3g sur la Zone de publicité n°3, 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 (« côté à côté » et double face) ;
- Inter distance de 100 mètres entre chaque dispositif simple ou double ;
- Aucune distance à respecter entre deux dispositifs séparés par une voie ferrée.

3.3.g1 réponse du M.O :

ZP4 Gare SNCF :

Surface de l'affiche ou de l'écran : 8 m² maximum

Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m² maximum

Maintien des dispositifs scellés au sol « côté à côté », simple ou double face, n'excédant pas une surface unitaire de 2 m²

3.3.3g2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3h sur les bâches publicitaires et: les dispositifs de dimensions exceptionnelles

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

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.

3.3.3h1 réponse du M.O:

- *Sans suite*

3.3.3h2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3i sur les dispositions mises en annexe (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.

3.3.3i1 réponse du M.O:

Les réglementations connexes seront supprimées de l'annexe

3.3.3i2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3j sur l'article L 581-7 du code

Afin de ne contrevénir 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 ».

3.3.3j1 réponse du M.O:

ANNEXE 1 Publicité hors agglomération

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

3.3.3j2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3k sur la publicité lumineuse :

Définie au glossaire par : : » Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement créée à cet effet : éclairage direct, lettres découpées composées de tubes néon ».

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

3.3.3k1 réponse du M.O:

ANNEXE 2 GLOSSAIRE

Publicité lumineuse : Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement créée à cet effet.

3.3.3k2 appréciation du commissaire enquêteur

3.4 Observations des PPC dans le cadre de leur consultation

3.4.1 Remarques de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) :

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 réglementaires 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

3.3.3a 1 Dispositions générales : sur le champ d'application du RLP :

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

3.3.3a1 réponse du M.O:

PREAMBULE

« Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le règlement national de publicité (RNP), issu du code de l'environnement « Livre V - Titre VIII - Chapitre 1^{er} », 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. »

3.3.3a2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3b 1. Dispositions générales, Esthétisme et dispositifs scellés au sol

Obligation de recourir à des dispositifs de type « Monopied »

L'article 1.1.1 « 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 rebut 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 1.1.1 précité du projet de règlement

3.3.3b1 réponse du M.O:

Cette disposition a pour but d'avoir une meilleure intégration du dispositif publicitaire dans un environnement urbain tout en préservant la qualité du cadre de vie, élément majeur de la réglementation nationale.

3.3.3b2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3c Esthétisme et Interdiction des passerelles :

L'article 1.1.1. 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 ».

3.3.3c1 réponse du M.O:

- Pour une meilleure intégration de la publicité dans son environnement, il n'est pas souhaitable d'autoriser les passerelles.*

Par ailleurs, la publicité, les enseignes et les préenseignes sont soumises aux dispositions issues du code de l'environnement et non du code du travail. Il est donc de la responsabilité des entreprises publicitaires de choisir des emplacements qui permettent une gestion du dispositif en toute sécurité.

3.3.3c2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3d Esthétisme et 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 « 2m² » ;

- 240 x 160 dit usuellement « 4m² » ;

320 x 240 dit usuellement « 8m² » ;

400x300 dit usuellement « 12 m² ».

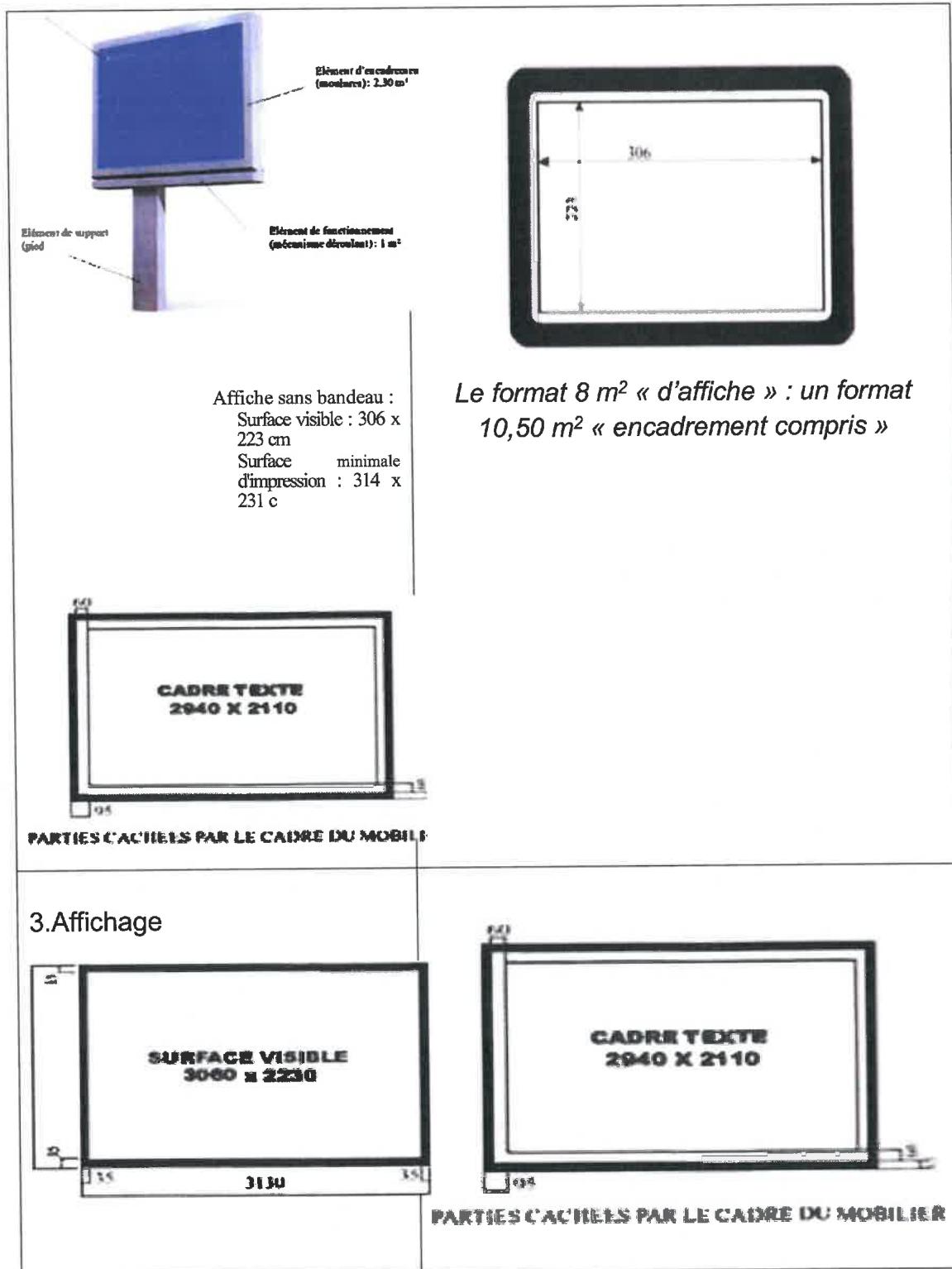
La détermination de la surface des publicités est liée au nombre d'habitants de l'agglomération concernée. La ville de Roissy-en-Brie compte 22 994 habitants (INSEE - 2017). Ainsi, Roissy- en-Brie peut bénéficier d'une offre commerciale dite « grand format » jusqu'à 12 m² dans la mesure où elle compte 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-solaire.tzouv.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'Etat 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.



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.

3.3.3d1 réponse du M.O:

ZP2 : Art III.2.2 Publicité scellée au sol :

Surface de l'affiche ou de l'écran : 8 m² maximum

Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m² maximum

3.3.3d2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3e sur les règles de densité :

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

V 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 6 mètres maximum supérieur à 55 mètres Un dispositif par unité foncière
■ Hauteur	
■ Linéaire de l'unité foncière	
■ Densité	

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 6 mètres maximum Un dispositif par unité foncière
* Hauteur	
■ Densité	

V 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 6 mètres maximum supérieur à 100 mètres Un dispositif par unité foncière
Hauteur	
Linéaire de l'unité foncière	
Densité	

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

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.

3.3.3e1 réponse du M.O:

Sans suite

- *Les zones d'activités artisanales et industrielles ne peuvent être traitées à l'identique des zones commerciales étant donné la nature de leur environnement urbanistique et foncier.*
Cette prescription a pour but d'intégrer la publicité dans un environnement économique tout en préservant la signalisation des différentes activités économiques locales.
La règle de densité prévue par le règlement national de publicité ne répond pas suffisamment aux attentes de la commune.

3.3.3e2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3f en zone de publicité n°3 :

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

- V *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.*
- V *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.*

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) ;*
- *Inter distance 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)

3.3.3f1 réponse du M.O:

ZP4 Gare SNCF :

- ✓ *Un intervalle de 100 mètres devra être respecté entre chaque dispositif installé sur le même quai.*

Surface de l'affiche ou de l'écran : 8 m² maximum

Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m² maximum

Maintien des dispositifs scellés au sol « côté à côté », simple ou double face, n'excédant pas une surface unitaire de 2 m²

3.3.3f2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3g Observations complémentaires :

Bâches publicitaires et dispositifs publicitaires de dimensions 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.

3.3.3g1 réponse du M.O:

Sans suite

3.3.3g2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3h 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.

.3.3.3h1 réponse du M.O:

Les réglementations connexes seront supprimées de l'annexe

3.3.3h2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3i Définition de l'agglomération :

Les annexes du projet de RLP contiennent les éléments suivants :

Article R. 110-2 du code de la route

V L'article R. 110-2 du code de la route définit l'agglomération comme étant « un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâti rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux (EB10—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

V 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)



Il convient de rappeler la décision de principe rendue en la matière par le Conseil d'État (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'État, 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 ».

.3.3.3i1 réponse du M.O:

ANNEXE 1 Publicité hors agglomération

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

3.3.3i2 appréciation du commissaire enquêteur

3.3.3j 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.

.3.3.3j1 réponses du M.O:

ANNEXE 2 Glossaire

- **Clôture aveugle :** Se dit d'une clôture qui ne comporte aucune ouverture. **JE NE SUIS PAS D'ACCORD, J'AURAIS POUR MA PART GARDE LA DEFINITION DANS NOTRE REGLEMENT, MENTIONNANT LE TERME AJOURE.**
- **Publicité lumineuse :** Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement créée à cet effet

3.3.3j2 appréciations du commissaire enquêteur

CONCLUSION :

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.

3.5 Observations des PPC, reçues sur le registre électronique (RE) : pendant l'enquête :

RE. 1 Observation de l'UPE, (Union de la Publicité Extérieure) :

Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) regroupe les syndicats professionnels représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- L'affichage de grand format et le micro-affichage*
- La publicité dans les transports et les centres commerciaux ;*
- La publicité numérique ;*
- Les bâches et l'affichage événementiel*

Lettre d'accompagnement :



Monsieur le Commissaire-enquêteur
Mairie de Roissy-en-Brie
Services techniques
36, rue de Wattripont
77680 Roissy-en-Brie

Paris, le 15 juin 2021

À l'attention de Monsieur Jacky HAZAN

Objet : révision du règlement local de publicité
Enquête publique

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel représentant 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 commune de Roissy-en-Brie arrêté en séance du Conseil municipal le 29 septembre 2020 et soumis actuellement à enquête publique.

En effet, ce projet de RLP ne permet pas de concilier de façon satisfaisante 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.

Les découpages du territoire et les règles associées à chacune des zones entraînent une disparition pure et simple 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 réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Vous trouverez à cet effet, joint à la présente, un dossier reprenant nos différentes propositions. Celes-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.

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


Stéphane DOTTIELONGE
Président de l'UPE

PJ : dossier de présentation



2, rue Sainte Lucie | 75015 Paris | Tél : 01 47 42 16 28 | Fax : 01 47 42 89 96
contact@upe.fr | www.upe.fr | SIRET : 3030262800030 | APE : 9411Z

RE1 éléments de présentation- Préambule :



Roissy-en-Brie

Contribution à la révision du règlement local de publicité (RLP) Enquête publique -juin 2021

REMARQUE DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

L'architecture du document couleur de 35 pages présente des éléments de photos, plans, dessins, logos, graphiques et autres « camemberts » qui se convertissent mal au format word sans pertes.

Aussi, à partir de la page 4, considérant que jusqu'à la page 19 incluse il ne s'agit que de promouvoir la communication extérieure, l'UPE, (ENGAGEMENTS DE L'UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE EN FAVEUR DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE, mars2021) ou de « *Rappeler les grands principes applicables aux RLP* », *l'impact du RLP*, seules les pages, à partir de celles présentant des propositions ont été montées pour être intégrées avec ou non la totalité des illustrations les accompagnant. Le tronçonnement est destiné à obtenir des réponses individualisées éventuelles du maître d'ouvrage.

RE 1.1 sur l'intérêt de la publicité extérieure :

Préambule

Une étude internationale portant sur la contribution économique de la publicité en Europe a été réalisée par le cabinet Deloitte à la

demande de la World Fédération of Advertisers Cette étude démontre l'impact positif du secteur de la publicité tant en termes de croissance et d'emplois

Synthèse

Ce rapport inédit a permis de démontrer la contribution de la publicité à l'économie et d'évaluer les bénéfices tangibles qu'elle procure aux citoyens

En utilisant un modèle économétrique basé sur 17 ans de données, cette étude a montré que l'investissement publicitaire en France avait un impact multiplicateur de 7 85 sur l'économie en général

Autrement dit, 1 euro investi en publicité dans les médias permet de créer 7 85 euros d'activité économique supplémentaire

En outre, l'étude de Deloitte a évalué que la publicité contribue directement et indirectement à la création de 536 000 emplois en France, soit 2 1 des emplois du pays

La communication extérieure, un outil de communication locale et régionale



La communication extérieure est un mass média tout particulièrement sur les marchés locaux C'est aujourd'hui le média local le plus puissant



Elle est un média privilégié pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque

Il s'agit également d'un média de proximité dimension capitale dans une stratégie de communication locale Seuls Internet et la publicité extérieure offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise

La publicité extérieure reste un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex TLPE), ni pour l'emploi local

La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment

Le projet de RLP arrêté permet la réalisation d'un audit complet, outil mesurant l'impact de la future réglementation sur le parc de dispositifs publicitaires actuellement déployé sur le territoire. Concernant l'offre « grand format », il n'est pas tenu compte des possibilités de transformation en formats 2 m² et 4 m².
Tel qu'arrêté, le projet de RLP a pour conséquence une perte sèche de 100 du parc de dispositifs publicitaires sur le domaine privé.
Ce niveau de dépose entraîne irrémédiablement la destruction d'une activité économique

R.E.1.1.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

L'analyse quantitative a permis d'identifier la présence de 20 dispositifs publicitaires de 12 m² et 77 dispositifs inférieurs à 2 m² dont certains présentent des infractions issues du RNP.

Les dispositifs publicitaires de grand format (12 m²) sont implantés principalement dans les zones d'activités commerciales, le long de la zone d'activités des 50 Arpents, et sur la RD361. Cela entraîne une cohabitation confuse avec les enseignes nuisant ainsi à l'efficacité de la communication locale.

Conformément aux objectifs fixés par le Conseil Municipal, le RLP interdit, limite les formats et fixe des règles d'esthétismes et d'extinction pour une meilleure intégration urbanistique des dispositifs publicitaires.

R.E 1.1.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.2 sur le manque d'étude d'impact 2

Le projet de RLP ne présente aucune étude d'impact économique et sociale tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux, qui aurait permis d'éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et d'évaluer ainsi les conséquences du texte arrêté.

Aussi, afin d'avoir une vision concrète et opérationnelle du projet de réglementation arrêté, un impact sur le parc et la résultante d'audience est présenté dans les pages suivantes

R.E.1.2.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

Réponse ci-dessus

R.E 1.2.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.3 sur les passerelles :

- ✓ Les passerelles sont interdites sur les dispositifs publicitaires scellés au sol.

Problématiques :

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L 4121 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 R 4534 81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Propositions :

- *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 :*

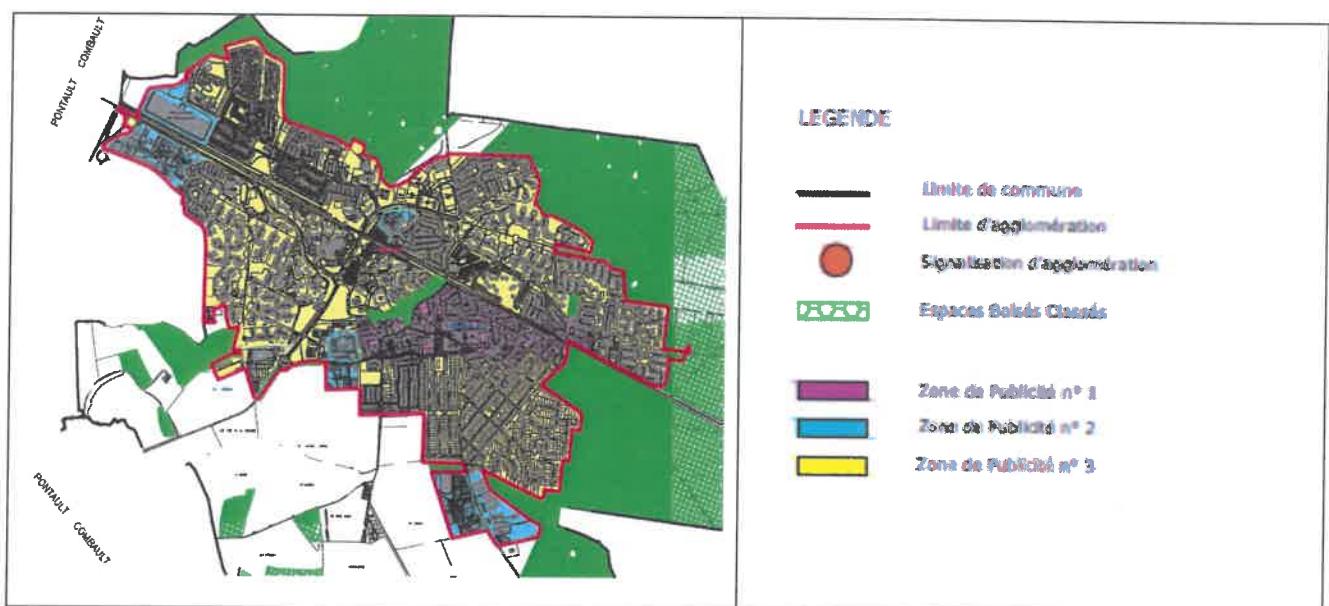
« Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser »

R.E.1.3.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

- *Pour une meilleure intégration de la publicité dans son environnement, il n'est pas souhaitable d'autoriser les passerelles.*
Par ailleurs, la publicité, les enseignes et les préenseignes sont soumises aux dispositions issues du code de l'environnement et non du code du travail. Il est donc de la responsabilité des entreprises publicitaires de choisir des emplacements qui permettent une gestion du dispositif en toute sécurité.

R.E 1.3.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.4 sur les zones de publicités :



✓ Trois Zones de Publicités (ZP) sont établies sur le territoire de ROISSY-EN-BRIE. En dehors de ces zones s'applique la Réglementation Nationale :

Zone de Publicité n° 1 (ZP1) : Zone dont la vocation dominante est l'habitation et le commerce de proximité. Cette zone abrite le Centre-Ville.

Zone de Publicité n° 2 (ZP2) : Zone couvrant les secteurs d'activités commerciales et industrielles.

Zone de Publicité n° 3 (ZP3) : Zone mixte destinée à l'habitat, l'artisanat, le commerce, le bureau, les services publics ou d'intérêt collectif, et le site de la gare SNCF. Cette zone recouvre l'agglomération à l'exception des zones ZP1 et ZP2.

ZONE DE PUBLICITE 2

Constat quatre réglementations pour une même définition de zone, dont trois secteurs sont totalement interdits à la publicité

Nous regrettons l'établissement de règles de densité calculées pour limiter au maximum la présence de la communication extérieure. Il s'agit donc d'une interdiction déguisée en vue de supprimer une activité économique dans des espaces où la communication extérieure doit pourtant avoir toute sa place, notamment pour la communication de proximité des annonceurs locaux (voir pages suivantes)

R.E.1.4.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

- Les zones d'activités artisanales et industrielles ne peuvent être traitées à l'identique des zones commerciales étant donné la nature de leur environnement urbanistique et foncier. Cette prescription a pour but d'intégrer la publicité dans un environnement économique tout en préservant la signalisation des différentes activités économiques locales. La règle de densité prévue par le règlement national de publicité ne répond pas suffisamment aux attentes de la commune.

R.E 1.4.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.5 sur la publicité scellée au sol :

Article III.2.2 : Publicité scellée au sol

- ✓ 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

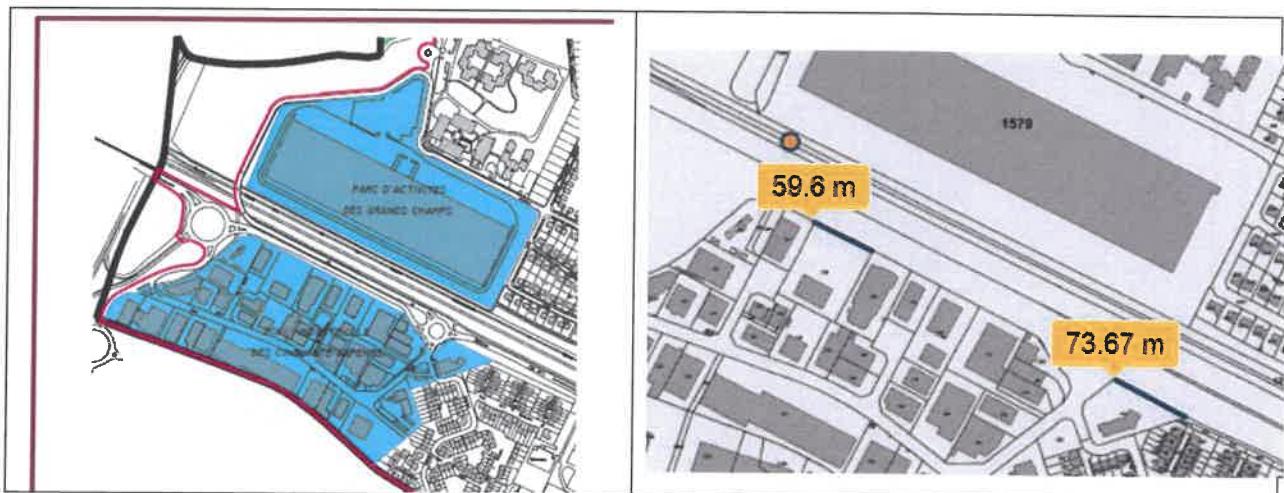
Problématiques	Propositions
<p><i>Il est regrettable de déterminer plusieurs règles de densité applicables à un même secteur, celui des zones d'activités et commerciales Ce choix est contraire à l'objectif de clarté, de compréhension et de bonne application pour l'ensemble des parties prenantes</i></p> <p><i>De plus, la communication extérieure trouve naturellement toute sa place dans de tels secteurs Du fait de leur positionnement dans la zone, les annonceurs ont besoin de signaler leurs activités Interdire cette possibilité les prive de toute attractivité commerciale</i></p>	<p><i>Dans ces conditions, et dans l'ensemble des secteurs désignés comme « secteurs d'activités commerciales », nous suggérons d'appliquer les dispositions du règlement national de publicité (issues du code de l'environnement</i></p>

R.E.1.5.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Sans suite (voir réponse ci-dessus R.E.1.4.1)

R.E 1.5.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.6 sur la zone industrielle des 50 Arpents et le Parc d'activités des Grands Champs :



Il s'agit de deux zones répondant à la même définition de chaque côté d'un axe (l'une en face de l'autre) Pourtant, le projet prévoit pour ces deux zones des réglementations différentes

Pour la zone industrielle des 50 Arpents, il est prévu un linéaire minimum de 55 mètres Or, deux unités foncières possèdent un intérêt pour y installer un dispositif publicitaire (voir extrait plan Géo portail ci-dessous)

Pour le parc d'activités des Grands Champs, nous relevons une seule et unique unité foncière qui ne présente aucun intérêt pour la communication extérieure :

R.E.1.6.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

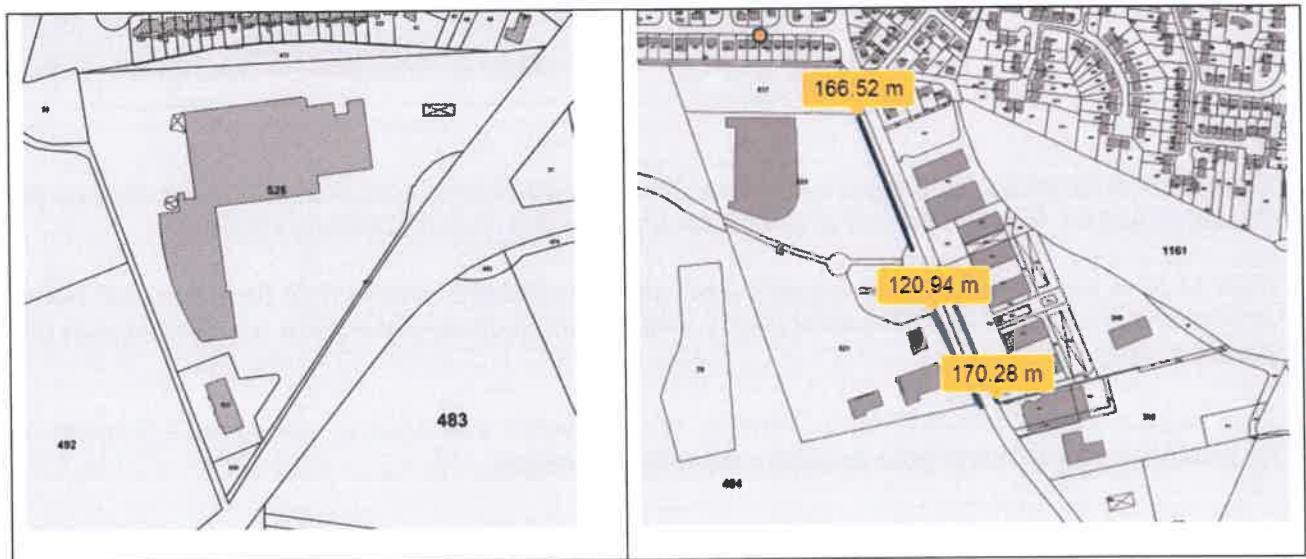
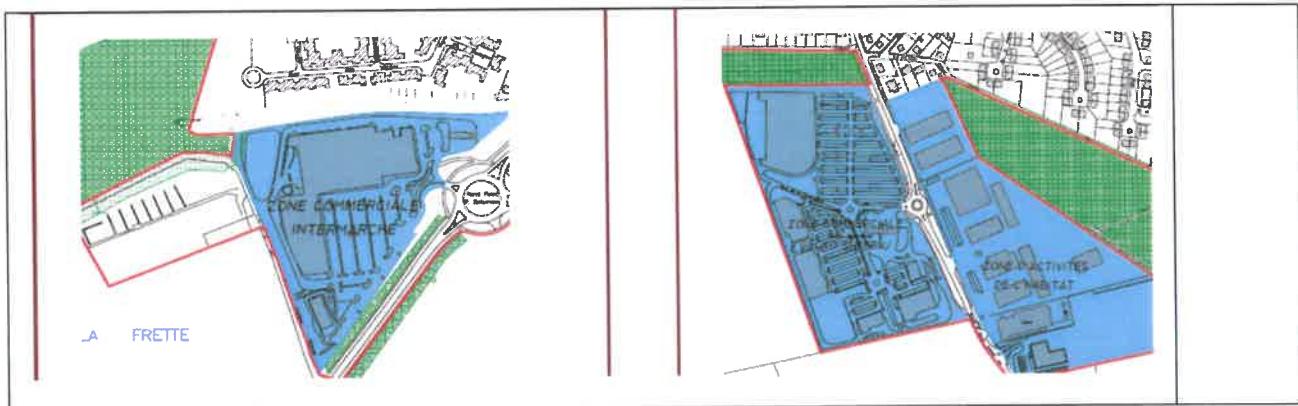
Sans suite (voir réponse ci-dessus R.E.1.4.1)

R.E 1.6.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.7 sur les autres zones d'activité ou commerciales :

Zone Intermarché potentiel d'une seule unité foncière

Zone commerciale Gecko Super U et zone d'activités de l'Habitat : potentiel de trois unités foncières



R.E.1.7.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

Sans suite (voir réponse ci-dessus R.E.1.4.1)

R.E 1.7.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.8 sur la zone de publicité 2 :

Problématiques :

Les zones qui autorisent la publicité en grand format précisent un format unitaire à 8 m² maximum (ZP 3 ZP 4 ZP 5 b)

Le format 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 x 160 cm dit usuellement « 2 m² »

240 x 160 cm dit usuellement « 4 m² »

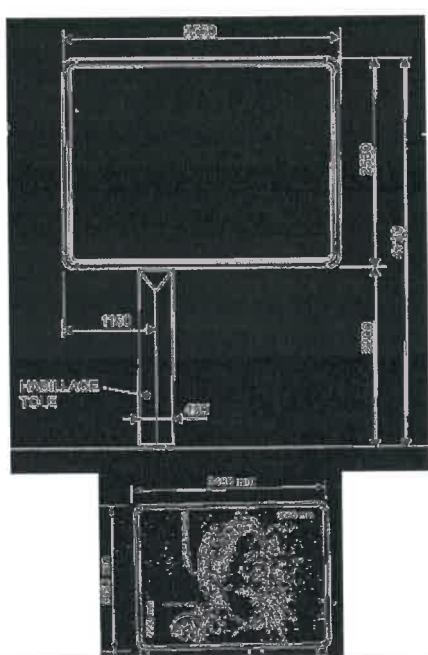
320 x 240 cm dit usuellement « 8 m² »

400 x 300 cm dit usuellement « 12 m² »

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, un RLP peut tout à fait « Réglementer les dimensions de l'affiche ou de l'écran d'une part, et de l'encadrement d'autre part, dès lors que la surface totale du dispositif (affiche/écran encadrement) ne peut excéder celle fixée par le code »

Problématiques :	Propositions :
<p>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.</p> <p>Dimensions pouvant varier suivant design et modèle de chaque opérateur</p>	<p>Dans ces conditions, nous préconisons de fixer la surface d'affiche des publicités à 8 m² et 10 50 m², encadrement compris. 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 ». Maintenir un format à 8 m² encadrement compris entraînerait la disparition de l'ensemble des dispositifs de type « vitrines » ou « classiques » de format 8 m² actuellement implantés et/ou utilisés alors qu'ils sont pourtant conformes à la réglementation nationale (mise au rebut de centaines de dispositifs). Cela entraînerait la disparition de la communication extérieure grand format sur le domaine privé pour quelques centimètres de moulures.</p> <p>Exemples de RLPi</p> <p>Eurométropole de Strasbourg 2019 : « Dans les autres agglomérations, la surface unitaire des publicités ne peut excéder 8 mètres carrés et la surface hors tout ne peut excéder 10 50 mètres carrés »</p> <p>EPT Grand Paris Seine Ouest 2019 : « leur surface unitaire est limitée à 8 m² d'affichage et à 10 50 m² avec encadrement »</p>



La communication extérieure est un média populaire, tout particulièrement apprécié des annonceurs locaux. Ces derniers ont plus que jamais besoin d'outils de communication pour assurer leur notoriété, annoncer leur activité, se faire connaître et reconnaître sur leur zone de chalandise. Le futur règlement devra être raisonnable et raisonnable dans ses dispositions et ses effets car il s'agit ici de réglementer au plan local des activités économiques et commerciales. Le futur RLP devra donc tendre vers la recherche d'un juste équilibre entre liberté d'entreprendre et protection du cadre de vie.

La communication extérieure est un média déjà particulièrement réglementé (treize évolutions normatives nationales en douze ans), à la différence de la publicité sur Internet

La communication extérieure est un média historique dont l'existence repose sur une garantie d'audience (couverture du territoire et répétition du

message) Pour parvenir à un degré raisonnable d'audience le territoire se doit d'être raisonnablement et efficacement couvert par un réseau

maîtrisé de dispositifs publicitaires et capable de répondre à l'ensemble des annonceurs tant locaux que nationaux, via un format standard et uniforme pour l'ensemble de la filière

C'est en ce sens que nous vous demandons expressément d'intégrer un format 8 m² d'affiche 10 50 m² dispositif) pour quelques axes

structurants complétant les zones d'activités sous peine de voir ce média disparaître au profit des géants du Web (qui ne créent pas

R.E.1.8.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

ZP2 : Art III.2.2 Publicité scellée au sol :

Surface de l'affiche ou de l'écran : 8 m² maximum

Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m² maximum

R.E 1.8.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.9 sur la zone de publicité 3 :

Article IV.2.1 : Dispositions générales

- ✓ 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.

Problématiques :

Ce projet interdit in fine la communication extérieure dans l'ensemble du territoire de Roissy en Brie

interdite par un zonage et des règles de densité inadaptée à l'urbanisme

interdite par une volonté de ne pas prendre en compte les impératifs industriels et logistique d'une profession pour déterminer un format nationalement reconnu par l'ensemble des opérateurs, des annonceurs et des pouvoirs publics

La communication extérieure est un média populaire, tout particulièrement apprécié des annonceurs locaux Ces derniers ont plus que jamais besoin d'outils de communication pour assurer leur notoriété, annoncer leur activité, se faire connaître et reconnaître sur leur zone de chalandise,

Le futur règlement devra être raisonnable et raisonnable dans ses dispositions et ses effets car il s'agit ici de réglementer au plan local des activités économiques et commerciales Le futur RLP devra donc tendre vers la recherche d'un juste équilibre entre liberté d'entreprendre et protection du cadre de vie

La communication extérieure est un média déjà particulièrement réglementé (treize évolutions normatives nationales en douze ans), à la différence de la publicité sur Internet

La communication extérieure est un média historique dont l'existence repose sur une garantie d'audience (couverture du territoire et répétition du message) Pour parvenir à un degré raisonnable d'audiences le territoire se doit d'être raisonnablement et efficacement couvert par un réseau maîtrisé de dispositifs publicitaires et capable de répondre à l'ensemble des annonceurs tant locaux que nationaux, via un format standard et uniforme pour l'ensemble de la filière

C'est en ce sens que nous vous demandons expressément d'intégrer un format 8 m² d'affiche 10 50 m² dispositif) pour quelques axes structurants complétant les zones d'activités sous peine de voir ce média disparaître au profit des géants du Web (qui ne créent pas d'emplois locaux et ne reversent aucune recette aux collectivités locales (TLPE).

R.E.1.9.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

Sans suite

Les axes structurants traversant les zones d'activités peuvent accueillir de la publicité. Nous sommes en ZP2.

En dehors, de la ZP2, les axes structurants traversent des secteurs d'habitat où la publicité n'a pas sa place (ZP3).

R.E 1.9.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.10 concernant le domaine ferroviaire en gare :

Propositions :

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)

Inter distance de 80 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)

R.E.1.10.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

ZP4 Gare SNCF :

- ✓ *Un intervalle de 80 mètres devra être respecté entre chaque dispositif installé sur le même quai.*

Surface de l'affiche ou de l'écran : 8 m² maximum

Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m² maximum

Maintien des dispositifs scellés au sol « côte à côte », simple ou double face, n'excédant pas une surface unitaire de 2 m²

R.E 1.10.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.11 sur les observations complémentaires :

RE 1.11a sur les codes mis en annexes

Problématiques :

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 (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

Propositions :

Dans ces conditions, nous préconisons de supprimer ces références.

R.E.1.11a.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

Les réglementations connexes seront supprimées de l'annexe

R.E 1.11a.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.11b sur les clôtures aveugles :

- Clôture aveugle :** Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée.

<p><i>Problématiques :</i> 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 »</p> <ul style="list-style-type: none">• 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	<p><i>Propositions</i> Nous préconisons de modifier cette définition en ce sens</p>
--	---

R.E.1.11b.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

ANNEXE 2 Glossaire

Clôture aveugle : Se dit d'une clôture qui ne comporte aucune ouverture. MEME REMARQUE, DESACCORD : J'AURAIS GARDE LE TERME AJOURE

R.E 1.11b.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

RE 1.11c Autres considérations :

<p><i>Problématiques :</i></p> <p><i>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</i></p> <p><i>•</i></p> <p><i>Le RLP adapte les dispositions générales du règlement national de public (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</i></p>	<p><i>Propositions :</i></p> <p><i>Dans ces conditions, nous préconisons de supprimer ces références</i></p>
--	--

R.E.1.11c.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

Les réglementations connexes seront supprimées de l'annexe

R.E 1.11c.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

3.4 Observations RE 2, RE 3 et RE 4 de la Société JC Decaux :

publilégal

Impression du registre électronique

17/06/2021

MD ROISSY EN BRIE - REVISION RLP

Numéro :	Observation	Date de dépôt	Heure de dépôt	Validé :	Modéré :
2	Bonjour Je vous prie de trouver ci-joint la contribution de la société JCDecaux Vous en souhaitant bonne réception Cordialement Mme BLOT Barbara	16/06/2021	12:22	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Bonjour Je vous prie de trouver ci-joint la contribution de la société JCDecaux Vous en souhaitant bonne réception Cordialement Mme BLOT Barbara	16/06/2021	12:27	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nombre : 2

Observation : Bonjour
Je vous prie de trouver ci-joint la contribution de la société JCDecaux
Vous en souhaitant bonne réception
Cordialement
Mme BLOT Barbara

Nom : BLOT

Adresse : 10 RUE EUGÈNE HENAFF

Cedex : 94400

Email : barbara.blot@jcdecaux.com

Fichier : COURRIER ENQUÊTE PUBLIQUE ROISSY EN BRIE.pdf

Nombre : 3

Observation : Bonjour
Je vous prie de trouver ci-joint la contribution de la société JCDecaux
Vous en souhaitant bonne réception
Cordialement
Mme BLOT Barbara

Nom : BLOT

Adresse : 10 RUE EUGÈNE HENAFF

Cedex : 94400

Email : barbara.blot@jcdecaux.com

Fichier : COURRIER ENQUÊTE PUBLIQUE ROISSY EN BRIE.pdf

MD ROISSY EN BRIE - REVISION RLP

Numéro :	Observation	Date de dépôt	Heure de dépôt	Validé :	Modéré :
4	Observations JCDecaux enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité de la commune de Roissy-en-Brie À l'attention de Monsieur Jacky HAZAN Monsieur le Commissaire-enquêteur, Dans le cadre de l'enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité (RLP) de la commune de Roissy-en-Brie, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint les observations de la société JCDecaux. Je vous en souhaitant une bonne réception. Veuillez agréer, Monsieur le Commissaire-enquêteur, l'expression de mes salutations distinguées.	16/06/2021	12:50	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nombre : 4

Observation : Observations JCDecaux enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité de la commune de Roissy-en-Brie
À l'attention de Monsieur Jacky HAZAN

Monsieur le Commissaire-enquêteur,
Dans le cadre de l'enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité (RLP) de la commune de Roissy-en-Brie, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint les observations de la société JCDecaux.
Je vous en souhaitant une bonne réception.
Veuillez agréer, Monsieur le Commissaire-enquêteur, l'expression de mes salutations distinguées.

Bonjour
Je vous prie de trouver ci-joint la contribution de la société JCDecaux
Vous en souhaitant bonne réception
Cordialement
Mme BLOT Barbara

Barbara BLOT
Responsable Régionale Développement et Patrimoine
JCDecaux - Direction Générale Territoriales et Institutions
10, rue Eugène Henaff - 94400 Villejuif - France
Mobile : +33 (0)6 60 47 81 27 - www.jcdecaux.com

[Attached image - No description set]
[cid:image002.png@01D5F79941F7BBA0] [2_Picto_Linkedin copie_91 px copie] [3_Picto_Facebook moins 91 px copie] [4_Picto_YouTube moins 91 px] [5_Picto_Instagram moins 91 px copie]

Les informations jointes sont confidentielles et doivent être communiquées qu'à l'adresse(s) indiquée(s) ci-dessous. Si vous n'êtes pas le(s) destinataire(s) de ce message, sachez que toute utilisation, copie ou communication de ce message peut entraîner des poursuites. Si vous avez reçu ce message par erreur, nous vous remercions d'en informer l'expéditeur immédiatement en répondant à son message et de le supprimer de votre ordinateur.

Nom :
Adresse :
Cedex : 0
Email : barbara.blot@jcdecaux.com
Fichier : image001.jpg

*Monsieur le Commissaire-enquêteur
Révision du Règlement local de publicité
Mairie de Roissy-en-Brie
36, rue de Wattripont
77680 Roissy-en-Brie*

Vitry-sur-Seine, le 17 juin 2021

*Lettre déposée sur la plateforme dématérialisée dédiée et envoyée par courriel à :
revisionrlp@enquetepublique.net*

Objet : Enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de Roissy-en-Brie

A l'attention de M. Jacky HAZAN, commissaire enquêteur

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de Roissy-en-Brie.

Le règlement local de publicité ayant pour but d'encadrer notre activité économique et étant un document voué à perdurer dans le temps, nous souhaitons ce jour vous faire part de quelques points de vigilance sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

*Au préalable, il importe de rappeler que le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (**service public des transports** pour les abris-voyageurs – article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, **service public de l'information** pour les mobiliers d'information locale - CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606) et que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.*

*Qui plus est, parce que l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièlement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** via contrat public, il est indispensable de ne pas limiter au sein du RLP les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur le territoire.*

Car support de publicité qu'« à titre accessoire eu égard à [sa] fonction » (article R.581-42 du Code de l'environnement), il ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire « dont le principal objet » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement). Cette spécificité explique d'ailleurs le traitement distinct du mobilier urbain au sein du Code de l'environnement (sous-section spécifique « utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire »).

Nous relevons la présence d'une règle limitant la « surface unitaire de la publicité » autorisée sur mobilier urbain à 2 m² et 3 mètres de hauteur maximum en toutes zones (article I.1.8 du projet de RLP). Par ailleurs, l'article I.1.9 du RLP précise que la publicité numérique est interdite et ce, sans préciser le cas du mobilier urbain. Ledit article étant intitulé « Dispositifs publicitaires éclairés », nous comprenons que ce dernier ne concerne pas le mobilier urbain publicitaire support de publicité à titre accessoire (cf. supra)

JCDecaux France

Siège Social : 17, rue Soyer - 92523 Neuilly sur Seine Cedex - France - Tel : +33 (0)1 30 79 70 79

Dir. Rég. Ile de France Est : 10, rue Eugène Hénaff - 94400 Vitry sur Seine - France

Tél : +33 (0)1 30 79 98 00 - Fax : +33 (0)1 30 79 84 42

www.jcdecaux.com

©2010 par Anthony Strupat pour JCDecaux au capital de 1 022 649 69 € imm. BIC 144 501 RCS Nanterre - FR 82622043011

Comme précisé précédemment, toute restriction à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLP demeure surabondante. En effet, contrairement aux dispositifs exclusivement publicitaires, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine, autorise ou non l'implantation du mobilier urbain publicitaire sur son territoire, et ce même si le RLP l'autorise au départ.

Le RLP doit permettre au mobilier urbain de répondre aux souhaits de la collectivité, ces derniers pouvant évoluer dans le cadre des contrats conclus sur de longues durées.

Aussi, au-delà des restrictions liées à l'exploitation publicitaire sur le territoire communal, les contraintes formulées à l'égard du mobilier urbain au sein du RLP restreignent les moyens de communication ainsi que les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir et qui ne peuvent à date être identifiés.

En effet, nous souhaitons rappeler que toute implantation de mobiliers urbains numériques requiert une autorisation du maire au cas par cas conformément à l'article L.581-9 du Code de l'environnement et, qui plus est, est soumise à l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France en « sites protégés » (abords des monuments historiques, site patrimonial remarquable).

A ce titre, le RLPI ne doit pas devenir un document réglementaire limitant de facto les possibilités d'exploitation publicitaire du mobilier numérique alors même que la collectivité a l'assurance de pouvoir refuser une implantation. Ce type de mobilier urbain doit donc à notre sens être autorisé sur l'ensemble du territoire communal.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, nous vous proposons de supprimer toute contrainte de surface ou de hauteur à l'égard du mobilier urbain et d'autoriser expressément le mobilier urbain numérique conformément à ce qu'a prévu la réglementation nationale (articles R.581-42 à -47 du Code de l'environnement).

En outre et à toutes fins utiles, conformément à l'article R.581-25 du Code de l'environnement, nous vous rappelons que le mobilier urbain est exclu de la règle de densité, les implantations de mobilier urbain étant arrêtées conjointement avec le titulaire du contrat public de mobiliers urbains. Partant, il sera impératif de supprimer la référence à l'article R.581-25 du Code de l'environnement au sein du premier alinéa de l'article I.1.8 susmentionné.

Vous remerciant par avance de l'attention que vous porterez à la présente,

Nous vous prions de recevoir, Monsieur le Commissaire-enquêteur, nos salutations distinguées.

Barbara BLOT

Responsable Développement et Patrimoine 06.60.47.81.27

RE 2-3-4.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

C'est une volonté de la commune d'autoriser de la publicité sur du mobilier urbain d'un format de 2m2 car le 8 m2 n'est pas adapté à l'environnement urbain de la commune.

Conformément à l'objectif de contribuer à réduire la facture énergétique, le RLP interdit la publicité numérique mais autorise l'éclairage par transparence sur les abris voyageurs et fixe des règles d'extinction nocturne.

RE 2-3-4.2 Appréciations du commissaire enquêteur

RE 5 observations de l'association « RENARD »

MD ROISSY EN BRIE - REVISION RLP

Pièce(s) jointe(s) : [image001.png](#)
[image002.png](#)
[image003.png](#)
[image004.png](#)
[image005.png](#)
[image006.png](#)
[COURRIER ENQUETE PUBLIQUE ROISSY EN BRIE.pdf](#)

Code postal : 91160
Email : barbara.biot@jdecaux.com

Numéro : 5 Date de dépôt : 16/06/2021 Heure de dépôt : 14:15 Observation déposée par email : Modéré

Observation : Observations du RENARD sur l'enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité de la commune de Roissy-en-Brie

À l'attention de Monsieur Jacky HAZAN

Monsieur le Commissaire-enquêteur,

Dans le cadre de l'enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité (RLP) de la commune de Roissy-en-Brie, nous vous prions de bien vouloir trouver ci-joint les observations de notre association.

Nous restons à votre disposition pour une rencontre ou tout complément.

Le président, Philippe ROY - 06 45 61 42 27 -
Pièce(s) jointe(s) : [REF-RLP-Roissy-2021-06-16.pdf](#)

Nom : ROY PHILIPPE
Code postal : 77680
Email : association-renard@orange.fr

Adresse : Le Bois Briard rue des Aulnes
Ville : ROISSY-EN-BRIE
Téléphone : 06 45 61 42 27

R.E.N.A.R.D.

Rassemblement pour l'Etude de la Nature et l'Aménagement de Roissy-en-Brie et son District

Association loi 1901 créée le 24 novembre 1978, siège en Mairie 77680 Roissy-en-Brie

Agréée de Jeunesse et d'Education Populaire sous le n° 77 JEP 03 302 R 88

Agréée de protection de l'environnement au titre de l'article L.141-1 du Code de l'Environnement

Habillée à prendre part au débat sur l'environnement pour la Région Ile-de-France dans le cadre d'instances

consultatives (article L.141-3 du Code de l'Environnement

Roissy-en-Brie le 16 juin 2021

Monsieur le Commissaire-Enquêteur,

Nous avons noté le nombre important d'enseignes, pré-enseignes ou publicité illégales qui semblent avoir été recensées dans le rapport de présentation du projet de RLP de la commune. Nous souhaitons connaître le résultat des actions de la commune – compétente en ce domaine puisqu'il

existe un RLP actuellement, - quoi qu'il soit caduc -, et que les enseignes, pré-enseignes et publicités illégales qui ont pu disparaître soient précisées et connues.

Nous trouvons très dommage que les exemples de dispositifs insérés dans le projet de règlement ne correspondent pas à des exemples locaux.

RE 5.1 Registre électronique et incomplétude du dossier

sur le registre électronique

Nous approuvons sa mise en place, qui simplifie les réponses à cette enquête publique.

Nous souhaitons recevoir copie des réponses portées dans le registre papier.

Sur l'incomplétude du dossier

Le dossier ne comporte pas l'arrêté municipal et le plan d'implantation des panneaux réservés à l'affichage associatif et d'opinion prévus à l'article L581-13 du code de l'environnement.

RE 5.1.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Le RLP de ROISSY EN BRIE est caduc depuis le 13/01/2021 (art. 29 de la Loi du 17 juin 2020 relative à diverses dispositions liées à la crise sanitaire)

Le RNP s'applique donc, depuis le 14/01/2021, sur le territoire de ROISSY EN BRIE. Les publicités ont 2 ans pour se mettre en conformité et les enseignes bénéficient d'un délai de 6 ans pour se mettre en conformité avec le RNP.

RE 5.1.2 appréciations du commissaire enquêteur :

RE 5.2 sur le rapport :

L'article R581-73 du code de l'environnement dit que : « Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs. »

Nous examinons ci-dessous le contenu du Rapport :

La carte de la page 25 est inexacte. Il y manque le corridor écologique qui emprunte le couloir des lignes EdF pour relier les espaces agricoles et prairiaux situés au sud de la commune à la forêt de Ferrières.

Nous ne voyons pas ce que vient faire le commentaire « les dispositifs publicitaires scellés ou posés sur le sol sont interdits (en agglomération) ». Il faut sans doute lire qu'ils sont interdits HORS agglomération !

A la page 31 il est surprenant de lire que 182 commerces auraient 1.176 enseignes identifiées. En effet le ratio nous donne plus de 6 enseignes par commerce, cette situation qui semble anormale devrait faire l'objet d'analyse dans le Rapport.

La carte de la page 34 est illisible. Nous ne voyons pas très bien l'utilité des repères 6 et 7 sur la page 35 ?

Page 36 on aimerait savoir quels sont les dispositifs illégaux. De plus l'auteur du Rapport semble avoir confondu enseigne et publicité.

Page 38, entrée de ville sud par la RD361, nous n'avons trouvé aucune analyse des pré-enseignes et publicités pourtant nombreuses à être illégales, particulièrement du côté de la zone de l'Habitat.

Page 39 nous ne trouvons aucune analyse de la situation des enseignes, pré-enseignes et publicité ?

Page 57, outre l'absence de l'indication des EBC2 nous observons l'oubli du corridor écologique qui traverse la commune du sud au nord ; ce serait pourtant un secteur à enjeu fort.

Le Rapport n'explique pas les sigles « SIL » et « RIS ».

Page 63 le plan de zonage du RLP comporte un certain nombre d'erreurs : les EBC sont loin d'être tous mentionnés et ils sont mentionnés sous des légendes différentes. La publicité est interdite dans les zones A et les zones N qu'ils se trouvent dans l'agglomération ou pas, il faut donc soustraire ces zones des secteurs ZP1, ZP2 et ZP3.

Il est nécessaire de délimiter précisément le secteur de la Gare, qui – à en croire le texte – serait en ZP3, mais ne comporte aucune délimitation sur les plans.

Il en va de même pour la suite du Rapport, qui ne précise pas le nombre de dispositifs en infraction et qui ne donne pas non plus la signification des couleurs repérant les dispositifs ?

En conclusion nous sommes déçus du contenu du Rapport et nous constatons qu'il ne mentionne même pas les publicités et pré-enseignes qui devaient être mises en conformité avant le 13 juillet 2015 et le 1^{er} juillet 2018 pour les enseignes.

Le Rapport ne répond pas aux prescriptions de l'article R581-73 du code de l'environnement.

RE 5.2.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Carte page 25 : Cette carte permet d'identifier sur le territoire de Roissy en Brie, les espaces naturels existants, en et hors agglomération, afin de mesurer les enjeux de la publicité dans ces espaces paysagers. Or, il est rappelé que la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite en agglomération dans les zones naturelles figurant au PLU et les espaces boisés classés. (Art. R.581-30 du code de l'environnement)

Page 31 : C'est un relevé exhaustif réalisé par un bureau de géomètre-expert qui a relevé toutes les enseignes existantes sur façade commerciale ou sur terrain non bâti. Considérant la typologie des enseignes, du petit format sur vitrine aux dimensions plus importantes sur façade de bâtiment d'activités, ce chiffre de 1 176 enseignes pour 182 commerces est tout à fait cohérent. La densité moyenne de 6 enseignes par commerces est très discutable car certains commerces ne possèdent que 3 à 4 enseignes alors que d'autres établissements en possèdent 8 à 10 enseignes réparties sur l'ensemble du foncier où s'exerce l'activité signalée.

Page 34 : sans commentaire

Page 36 : la photo indique bien la typologie des enseignes et non des publicités.

Page 38 : pas de densité de publicités illégales existantes. Seulement, des enseignes scellées au sol qui ne respectent pas la règle de densité qui limite à une enseigne par voie bordant l'activité signalée.

Page 39 : Voir pages 40, 41, 42, 43.

Page 57 : les secteurs à enjeux, en matière de publicité et d'enseignes, se trouvent essentiellement en agglomération.

Page 63 : le RNP s'applique de droit sur la commune, sous réserve des prescriptions du RLP. Par conséquent, à l'intérieur des zones ZP1, ZP2 et ZP3, la réglementation nationale s'applique sur les EBC et les zones naturelles figurant au PLU.

Un chapitre V sera créé pour la zone ZP4 site de la gare SNCF. Le règlement et le rapport de présentation feront l'objet de corrections de textes. Le zonage sera également corrigé.

RE 5.2.2 appréciations du commissaire enquêteur :

RE 5.3 sur l'affichage associatif et d'opinion :

L'arrêté définissant les emplacements réservés à l'affichage associatif et d'opinion doivent être joints au dossier soumis à enquête publique. Il nous semble donc nécessaire de soumettre le projet de RLP à une nouvelle enquête publique, dès qu'il aura été amendé.

RE 5.3.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Sans commentaire

RE 5.3.2 appréciations du commissaire enquêteur

RE 5.4 sur les erreurs :

Les plans de zonage, comme l'annexe les concernant, ne mentionnent pas tous les EBC du PLU, ce qui a des conséquences importantes sur l'existence de panneaux publicitaires dans ces zones, où ils sont interdits (article R581-30 du code de l'environnement). Le même article en son 2° exclut la publicité des zones N ou A du PLU.

En conséquence nous demandons que les plans soient revus et complétés, en excluant des zones ZP les zones N et les EBC.

RE 5.4.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Les corrections nécessaires seront réalisées sur l'ensemble des documents du RLP.

RE 5.4.2 appréciations du commissaire enquêteur

RE 5.5 sur La zone de publicité ZP1 et ZP3 :

Elle est constituée des quartiers pavillonnaires où la publicité est indésirable sous quelque forme que ce soit. La zone ZP1 doit être limité aux rues principales où se trouvent les commerces.

La zone ZP3 n'a pas lieu d'être, du reste elle n'intéresse pas les publicitaires qui ne demandent l'implantation de panneaux que dans les voiries où passe la circulation.

RE 5.5.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Non retenue

RE 5.5.2 appréciations du commissaire enquêteur

RE 5.6 sur Les enseignes en ZP2

Il n'y a aucune raison de permettre des enseignes en toiture ou en terrasse dans les zones commerciales Intermarché et Gecko Super U.

Lors de l'installation des commerces nous avons dialogué avec les responsables des projets qui ont accepté de ne pas mettre d'enseigne en toiture. Il serait dommage de revenir sur cette disposition qui a l'avantage de respecter le paysage urbain.

Nous demandons que pour toutes les zones d'activités ou commerciales les enseignes restent intégrées dans le volume des bâtiments, des murs de clôtures, ou soient directement scellés au sol.

RE 5.6.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Non retenue

RE 5.6.2 appréciations du commissaire enquêteur

RE 5.7 sur les oriflammes et autres dispositifs mobiles :

Les oriflammes ou bâches publicitaires flottant au vent sont source nuisance pour les riverains. Nous demandons donc qu'ils soient interdits.

RE 5.7.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Non retenue

RE 5.7.2 appréciations du commissaire enquêteur

RE 5.8 sur L'extinction des lumières :

Nous proposons que l'heure d'extinction des lumières et des affichages soit la même pour toutes les zones du projet de RLP, c'est-à-dire 22 h.

RE 2.8.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Volonté de la commune pour une extinction entre 23 heures et 6 heures pour la publicité lumineuse.

Les enseignes lumineuses doivent être éteintes 1 heure après la cessation de l'activité signalée et jusqu'à 7 heures du matin

Il faudrait tout de même noter une exclusion de cette disposition pour le mobilier urbain

RE 5.8.2 appréciations du commissaire enquêteur

RE 5.9 sur La notion de voie publique

RE 5.9.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

Par voies ouvertes à la circulation publique, au sens des articles L. 581-2 et R.581-1 du code de l'environnement, il faut entendre « les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif ».

Sont également considérées comme voies ouvertes à la circulation publique les chemins, ruraux, canaux, rivières, voies ferrées en plein air, chemins de grande randonnée, remontées mécaniques de stations de sports d'hiver et pistes de ski, les quais à ciel ouvert des gares ferroviaires, les voies de circulation d'un parking de plein air.

RE 5.9.2 appréciations du commissaire enquêteur

RE 5.10. Conclusions

Nous vous proposons d'émettre un avis strictement défavorable afin que le dossier soit repris pour tenir compte de nos remarques.

Nous vous confirmons souhaiter vous rencontrer pour préciser les éléments de notre réponse et vous apporter de vive voix des informations supplémentaires.

Restant à votre disposition pour une rencontre ou tout renseignement nous vous prions de croire, Monsieur le Commissaire-Enquêteur, en l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Appréciations du commissaire enquêteur

3.5 Observations du commissaire enquêteur :

Compte tenu des avis formulés par les PPA d'une part, et des multiples préconisations des PPC d'autre part, il n'y a pas lieu d'ajouter d'autres observations.

Le RLP qui résultera de cette révision devra tenir compte de l'impact économique sur certaines restrictions qui tout en restant légitimes vis-à-vis du Règlement national-mériteraient un bienveillant examen au cas par cas.

Les diverses appréciations apportées aux réponses du maître d'ouvrage pourront, ainsi, être l'occasion de mettre l'accent sur certaines propositions formulées notamment par l'UPE et l'association « RENARD ».

Le 19 octobre 2020

Service du DEVELOPPEMENT URBAIN
Téléphone 01 64 43 15 00
Télécopieur 01 60 28 15 13

Le Maire de ROISSY EN BRIE

à

Communauté d'Agglomération Paris –
Vallée de la Marne
A l'attention de Monsieur le Président
5, cours de l'Arche Guédon
TORCY
77207 Marne la Vallée Cédex 1

R.A.R. 1A19218119534

Réf : DU/23/CL/JZ/1268
f/word/devurba/docdurba/rlp/
arrêt du rlp/notification du projet arrêté/CAPVM.

OBJET : révision du règlement local de publicité.

Monsieur le Président,

Conformément à l'article L 153-16 du code de l'urbanisme, et en tant qu'établissement public de coopération intercommunale compétent en matière de Programme Local de l'Habitat et en matière de SCOT, je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint, pour avis, le projet de règlement local de publicité arrêté.

Conformément à l'article R153-4 du code de l'urbanisme, vous avez 3 mois pour émettre un avis. A défaut de réponse dans ce délai, votre avis est réputé favorable.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma parfaite considération.

**Pour le Maire
Le 1^{er} Adjoint Délégué en charge de l'Urbanisme,
De l'Environnement, des grands Projets, des Travaux
Et des Quartiers**

Jonathan ZERDOUN

