



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DE SEINE-ET-MARNE

Commune de Roissy-en-Brie

RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

« PORTER À CONNAISSANCE »

Direction Départementale des Territoires
Service énergies, mobilités et cadre de vie - Unité cadre de vie

SOMMAIRE

1. LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ.....	3
1.1 la procédure juridique d'application nationale d'un RLP.....	3
1.2 les objectifs d'un rlp.....	4
1.3 le contenu d'un rlp.....	4
1.4 les différentes phases de la procédure.....	4
2. LES ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE POUR L'ÉLABORATION DU RLP.....	6
2.1 la population.....	6
2.2 l'environnement et les protections particulières.....	6
2.2.1 Les secteurs d'interdiction absolues de la publicité (L581-4 du CE).....	6
2.2.2 Les secteurs d'interdiction en agglomération relative à la protection du patrimoine (L581-8 du CE).....	6
2.2.3 Dans les secteurs naturels paysagers et les espaces boisés (R581-30 du CE).....	7
2.2.4 Les zones concernées par un Plan de Prévention des Risques d'Inondation.....	7
2.3 les limites d'agglomération.....	7
2.3.1 Définition de l'agglomération.....	7
2.3.2 Autorité qui fixe les limites d'agglomération.....	8
2.4 la sécurité routière vis-à-vis du code de la route.....	8
2.5 l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.....	8
2.6 l'utilisation du domaine public.....	9
2.6.1 Les autorisations de voirie.....	9
2.6.2 Les règlements de voirie.....	9
3. LES ÉLÉMENTS CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE L'AFFICHAGE.....	9
3.1 les dispositions applicables aux principaux modes d'affichage en agglomération.....	9
3.1.1 La publicité.....	9
3.1.1.1 L'instauration d'une règle de densité.....	10
3.1.1.2 L'extinction.....	11
3.1.1.3 La proximité des autoroutes, voies express et bretelles de raccordement à une autoroute.....	11
3.1.2 Les pré-enseignes.....	11
3.1.2.1 La signalisation d'information locale.....	11
3.1.2.2 Le relais d'information service.....	12
3.1.3 Les enseignes.....	12
3.1.4 Les autres dispositifs.....	13
3.1.5 Le mobilier urbain.....	13
3.2 les dispositions applicables en dehors de l'agglomération.....	14
3.2.1 L'emprise des aéroports, des gares et les établissements commerciaux exclusifs de toute habitation.....	14
3.2.2 Les pré-enseignes dérogatoires.....	14
3.3 les formes de publicité ne pouvant être interdites par un rlp.....	14
3.3.1 Sur les palissades de chantier.....	14
3.3.2 La publicité effectuée en exécution d'une décision.....	14
3.4 l'affichage d'opinion et publicité relative aux besoins des associations.....	15

L'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

La réglementation de la publicité extérieure figure aux articles L581 & R581 et suivants du livre V sous le titre de « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances – titre VIII « Protection du cadre de vie » du code de l'environnement (CE).

Elle prévoit la possibilité d'adapter les règles nationales aux situations locales au moyen de règlements locaux.

1. LA PROCÉDURE D'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Le règlement local de publicité (RLP) est un document, couvrant l'ensemble du territoire d'une commune ou d'un établissement public à coopération intercommunale (EPCI), qui adapte à l'échelle communale les règles nationales et qui ne peut être que plus restrictif que le règlement national.

Avant d'élaborer de nouvelles règles relatives à la publicité, il convient d'établir un diagnostic des dispositifs existants, et en particulier de vérifier si certains de ces dispositifs ne sont pas d'ores et déjà irréguliers par rapport aux règles nationales ou, le cas échéant, au règlement local de publicité en vigueur. **La commune de Roissy-en-Brie est dotée d'un RLP depuis le 15 septembre 1989.**

1.1 LA PROCÉDURE JURIDIQUE D'APPLICATION NATIONALE D'UN RLP

En application l'article L581-14-1 du CE, l'élaboration, la révision ou la modification d'un règlement local est sensiblement identique à la procédure applicable pour les plans locaux d'urbanisme (PLU).

Le maire devient alors autorité administrative de police compétente en lieu et place du préfet, et agira ainsi au nom de la commune. Ce transfert de pouvoir de police au maire implique la prise en charge de :

- la réception et l'enregistrement des déclarations préalables,
- l'instruction des autorisations,
- la conduite des procédures de sanctions

Le RLP est élaboré par la commune si elle a conservé la compétence PLU, sinon il relève de l'EPCI compétent en matière de PLU.

Il en est de même si la commune a transféré la compétence de l'élaboration du RLP à un EPCI en application de l'article L5211-17 du CGCT.

La loi ALUR rend obligatoire le transfert de la compétence PLU et de fait également celle du RLP aux communautés de communes et communautés d'agglomération sauf opposition. Le choix a été de conserver la compétence PLU pour l'ensemble des communes de la communauté d'agglomération Paris-Vallée de la Marne.

1.2 LES OBJECTIFS D'UN RLP

Ce document doit viser un double objectif, à savoir assurer la qualité du cadre de vie, tout en respectant deux principes constitutionnels, la liberté d'expression et la liberté d'entreprendre.

Les objectifs retenus par la commune de Roissy-en-Brie sont notamment la prise en compte du développement économique telles que les zones commerciales et la zone d'activité de la Forge et la maîtrise de l'affichage publicitaire.

1.3 LE CONTENU D'UN RLP

Le règlement local de publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes (R581-72 du CE).

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs (R581-73 du CE).

En tout premier lieu, il est important de délimiter les zones dans lesquelles s'appliqueront des règles spécifiques et plus restrictives que le règlement national, en fonction du contexte paysager local et de la densité.

Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie (R581-74 du CE).

Le règlement local de publicité des communes faisant partie d'une unité urbaine de plus de 800 000 habitants, définit les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses selon les zones qu'il identifie (R581-75 du CE).

La commune de Roissy-en-Brie fait partie de l'unité urbaine de Paris qui compte plus de 800 000 habitants.

1.4 LES DIFFÉRENTES PHASES DE LA PROCÉDURE

- **Phase 1** : la délibération du conseil municipal prescrit l'élaboration, la révision ou la modification du règlement local de publicité, en fixe les objectifs et précise les modalités de concertation (L103-3 du code de l'urbanisme), la collectivité la notifie aux personnes publiques associées (PPA) (L132-7 et L132-9 du CU).
- **Phase 2** : la délibération doit être affichée en mairie pendant un mois. La mention de cette décision doit être insérée dans un journal diffusé dans l'ensemble du département : il comporte le ou les lieux où la délibération peut être consultée en caractères apparents. Pour les communes de plus de 3 500 habitants, elle est en outre publiée au recueil des actes administratifs (R153-21 du CU). L'arrêté ou la délibération produit ses effets juridiques dès l'exécution de l'ensemble des formalités prévues ci-dessus, la date à prendre en compte pour l'affichage étant celle du premier jour où il est effectué.

- Phase 3 : le maire conduit la procédure d'élaboration du règlement local de publicité. A l'initiative du maire, ou à la demande du préfet, les services de l'État sont associés à l'élaboration du projet de règlement local de publicité. Les personnes publiques associées (PPA), les présidents des établissements publics voisins, les maires des communes voisines, le président de l'établissement public compétent en matière de SCOT sont consultés à leur demande au cours de l'élaboration du projet de règlement local de publicité. Le maire peut recueillir l'avis de toute personne, de tout organisme ou association compétents en matière de paysage, de publicité, d'enseignes et de préenseignes, d'environnement, d'architecture, d'urbanisme, d'aménagement de territoire, d'habitat et de déplacement.
- Phase 4 : l'État produit un porter à connaissance qui regroupe les contraintes réglementaires relatives au territoire de la commune.
- Phase 5 : la commune met au point son projet de RLP en lien avec la concertation annoncée par le conseil municipal.
- Phase 6 : le conseil municipal débat des orientations générales du projet de RLP par rapport aux objectifs définis et délibère.
- Phase 7 : après un délai d'au moins 2 mois, le conseil municipal tire le bilan en particulier de la concertation et arrête le projet du règlement local de publicité.
- Phase 8 : le projet du RLP est soumis pour avis aux personnes publiques associées à son élaboration ainsi qu'à leur demande, aux communes limitrophes, aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés. L'État produit un avis qui confirme la prise en compte, par le projet de règlement, des contraintes réglementaires.

Le projet de règlement arrêté par la commune est également soumis pour avis à la commission départementale de la nature, des paysages et des sites dans sa formation dite « de la publicité » (CDNPS) dans les conditions prévues par les articles R341-16 et suivants du CE. Cette commission donne un avis au plus tard trois mois après transmission du projet de règlement. À défaut, cet avis est réputé favorable.

Le Maire intéressé par le projet siège à cette commission départementale et a voix délibératoire.

- Phase 9 : le projet de RLP est soumis à enquête publique qui est à organiser par le maire. Le dossier soumis à l'enquête comprend en annexe, les avis des personnes publiques consultées.*
- Phase 10 : à l'issue de l'enquête publique, le RLP éventuellement modifié pour tenir compte des divers avis, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur, est approuvé par le conseil municipal.
- Phase 11 : la délibération du conseil municipal qui approuve, modifie, révisé ou abroge un ancien RLP, est affichée pendant un mois en mairie. La mention de cette décision doit apparaître en caractères apparents, dans un journal diffusé dans l'ensemble du département.
- Phase 12 : le RLP, une fois approuvé, doit être annexé au PLU ou aux documents d'urbanisme en tenant lieu. Outre les formalités de publication prévues par l'article R153-21 du CU, le règlement local de publicité est mis à disposition sur le site internet de la commune, s'il existe et tenu à la disposition du public.

* l'élaboration, la révision ou la modification du RLP en parallèle d'une procédure d'évolution d'un plan local d'urbanisme peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique

2. LES ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE POUR L'ÉLABORATION DU RLP

2.1 LA POPULATION

Au recensement de la population de 2015, la commune de Roissy-en-Brie comptait une population totale de 23 048 habitants. Aussi, ce sont les dispositions relatives aux communes de plus de 10 000 habitants qui s'appliquent.

2.2 L'ENVIRONNEMENT ET LES PROTECTIONS PARTICULIÈRES

La protection du cadre de vie en matière de publicité, enseignes et pré-enseignes est codifiée dans le code de l'environnement dans sa partie législative aux articles L581-1 à L581-45 et dans sa partie réglementaire aux articles R581-1 à R581-88.

Au titre du règlement national de publicité, les règles suivantes sont applicables à toutes les collectivités.

2.2.1 Les secteurs d'interdiction absolues de la publicité (L581-4 du CE)

En application de l'article L581-4 du code de l'environnement, la publicité et les pré-enseignes (y compris les pré-enseignes dérogatoires) sont strictement interdites :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres ;
- sur les immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque, arrêtés par le maire ou par le préfet, éventuellement présents au sein du périmètre d'élaboration du RLP.

La commune de Roissy-en-Brie n'est pas concernée par ces interdictions absolues.

2.2.2 Les secteurs d'interdiction en agglomération relative à la protection du patrimoine (L581-8 du CE)

Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction de publicité édictée à l'article L581-8 du code de l'environnement qui précise qu'à l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite :

- Aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 du code du patrimoine ;
- Dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L.631-1 du même code ;
- Dans les parcs naturels régionaux ;
- Dans les sites inscrits ;

- A moins de 100 mètres et dans le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L.581-4 (jusqu'à l'entrée en vigueur du 1° de l'article L581-8¹) ;
- Dans l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- Dans les zones spéciales de conservation et dans les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L.414-1 du CE.

La commune de Roissy-en-Brie n'est concernée par ces interdictions relatives.

2.2.3 Dans les secteurs naturels paysagers et les espaces boisés (R581-30 du CE)

Sans préjudice de l'application des dispositions de l'article L581-4, les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- 1° dans les espaces boisés classés en application de l'article L130-1 du code de l'urbanisme ;
- 2° dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols (zone N).

La commune de Roissy-en-Brie est concernée par les espaces boisés classés et les zones à protéger situés en agglomération répertoriés dans les documents graphiques du PLU actuellement opposable approuvé le 13 décembre 2004 et modifié le 24 novembre 2008 et 26 juin 2017.

2.2.4 Les zones concernées par un Plan de Prévention des Risques d'Inondation

Dans les zones inondables, les panneaux publicitaires ne doivent pas gêner l'écoulement des eaux, en cas de crue, afin d'éviter de créer des embâcles (obstructions).

La commune de Roissy-en-Brie n'est pas concernée par une zone inondable.

2.3 LES LIMITES D'AGGLOMÉRATION

2.3.1 Définition de l'agglomération

L'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde (article R110-2 du code de la route). En matière de publicité, c'est la réalité physique du bâti qui définit les limites de l'agglomération, peu importe l'existence ou non de panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement.

1- Dès l'élaboration, la révision ou la modification d'un RLP la règle d'interdiction de la publicité aux abords des monuments historiques est portée de 100 à 500 m à défaut de périmètre délimité.

2.3.2 Autorité qui fixe les limites d'agglomération

Les limites de l'agglomération ont des effets déterminants au titre de la réglementation de la publicité. Ces limites peuvent donner lieu à une requalification par les tribunaux administratifs. En conséquence, il est impératif que le maire définisse cet espace réglementaire et le mette à jour pour prendre en compte l'évolution de l'urbanisation.

Une analyse du cadastre à jour ou des photographies aériennes peuvent aider à caractériser cet espace construit continu.

Les limites de l'agglomération sont fixées par arrêté du maire en application de l'article R411-2 et sont représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

2.4 LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE VIS-À-VIS DU CODE DE LA ROUTE

Concernant la sécurité routière, il est nécessaire de se référer aux articles R418-1 à R418-9 du code de la route.

Il est à noter que la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et pré-enseignes qui sont de nature, soit à réduire la visibilité ou l'efficacité des signaux réglementaires, soit à éblouir les usagers des voies publiques, soit à solliciter leur attention dans des conditions dangereuses pour la sécurité routière sont interdites.

Un arrêté du 30 août 1977 relevant du code de la route fixe les conditions et normes que doivent respecter les dispositifs lumineux ou rétro réfléchissants visibles des voies publiques.

2.5 L'ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES À MOBILITÉ RÉDUITE

Selon l'article 9 de la loi n° 2015-988 du 5 août 2015 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes un plan de mise en accessibilité de la voirie et des aménagements des espaces publics doit être établi dans chaque commune de 1000 habitants et plus. Les communes de moins de 1000 habitants devront néanmoins respecter les règles d'accessibilité.

Concernant plus particulièrement l'accessibilité de la voirie et des espaces publics, celle-ci est liée à la notion d'obstacles et d'encombrement des trottoirs. Il en découle des exigences portant notamment sur les caractéristiques dimensionnelles des cheminements piétons ou sur l'implantation du mobilier urbain et des arrêtés de transport collectif, exprimées dans le décret 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics.

Afin de faciliter leur détection par les personnes malvoyantes, les bornes et poteaux et autres mobiliers urbains situés sur les cheminements comportent une partie contrastée soit avec son support, soit avec son arrière-plan. Il faudra donc apporter une attention toute particulière au mobilier urbain, et veiller à ce qu'il soit aisément détectable par les personnes aveugles ou mal-voyantes.

Par ailleurs, il est rappelé que la largeur minimale de cheminement est de 1,40 m libre de tout obstacle, et qu'elle peut être réduite à 1,20 m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement.

Tout mobilier urbain sur poteaux ou sur pieds comporte un élément bas situé à l'aplomb des parties surélevées lorsque celles-ci ne ménagent pas un passage libre d'au moins 2,20 mètres de hauteur.

2.6 L'UTILISATION DU DOMAINE PUBLIC

2.6.1 Les autorisations de voirie

Selon les dispositions de l'article L113-2 du code de la voirie routière, en dehors des cas prévus aux articles L113-3 à L113-7 et de l'installation par l'Etat des équipements visant à améliorer la sécurité routière, l'occupation du domaine public routier n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révocable.

2.6.2 Les règlements de voirie

Les règlements de voirie peuvent comporter des prescriptions sur la publicité et les enseignes lorsque celles-ci sont prévues d'être installées en surplomb du domaine public routier.

Le règlement de la voirie nationale (RN) est approuvé par arrêté préfectoral du 15 janvier 1980, modifié le 15 juillet 1980.

Le règlement de voirie départementale (RD), arrêté par le président du Conseil départemental est entré en vigueur le 8 mars 1999.

3. LES ÉLÉMENTS CONCERNANT LA RÉGLEMENTATION NATIONALE DE L’AFFICHAGE

3.1 LES DISPOSITIONS APPLICABLES AUX PRINCIPAUX MODES D’AFFICHAGE EN AGGLOMÉRATION

Sans préjudice des articles L581-4, L581-8, R581-22 et R581-30 du code de l'environnement les dispositions ci-après sont applicables dans l'agglomération de votre commune.

3.1.1 La publicité

Elle est interdite (R581-22 CE) sur les éléments suivants :

- les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;
- les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;

- les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- les murs de cimetière et de jardin public.

La **publicité lumineuse** admise concerne des dispositifs d'une surface maximale de 8m² et d'une hauteur maximale de 6m qui sont soit apposés sur des bâtiments ou mur, soit scellés ou installés directement sur le sol dans le respect des conditions fixées par les articles R581-34 à R581-41 du CE.

La **publicité non lumineuse** admise concerne des dispositifs dont la surface ne peut excéder 12m² et une hauteur maximale de 7,50m au dessus du niveau du sol pour les dispositifs muraux et de 6m pour les dispositifs scellés au sol. Elle peut être installée soit sur des bâtiments ou mur soit, scellée ou installée directement sur le sol dans le respect des articles R581-26 à 29 pour la publicité murale et les articles R581-30 à R581-33 pour la publicité scellée au sol ou posée au sol.

Les publicités

Type de publicité	Dimension	Les principales règles
Publicité scellée au sol	12 m ²	<ul style="list-style-type: none"> • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsque le dispositif se trouve en avant plan du mur contenant cette baie ou sur une clôture, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété, • Interdiction si affiche visible à partir d'une voie publique située hors agglomération, • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m.
Publicité murale	12 m ²	<ul style="list-style-type: none"> • Apposition à plus de 0,50 mètre du niveau du sol, • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte et de l'égout du toit, • Saillie inférieure à 0,25 m, • Hauteur maximale par rapport au sol : 7,50 m.
Publicité lumineuse autre que celles éclairées par projection ou par transparence	8 m ²	<ul style="list-style-type: none"> • Installation dans un plan parallèle à celui qui la supporte • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte • Interdiction de recouvrir tout ou une partie de la baie, • Interdiction d'installation sur garde-corps de balcon ou balconnet et sur une clôture, • Hauteur maximale par rapport au sol : 6 m

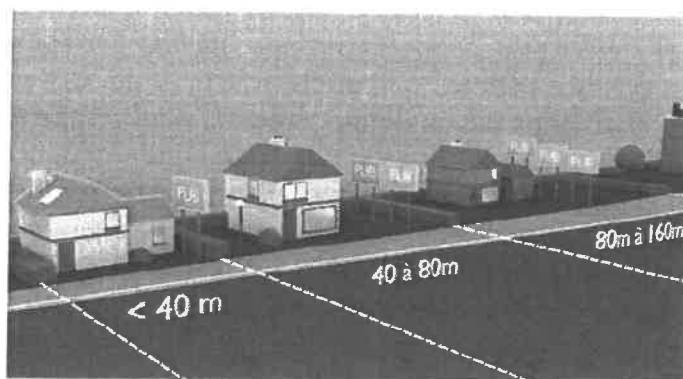
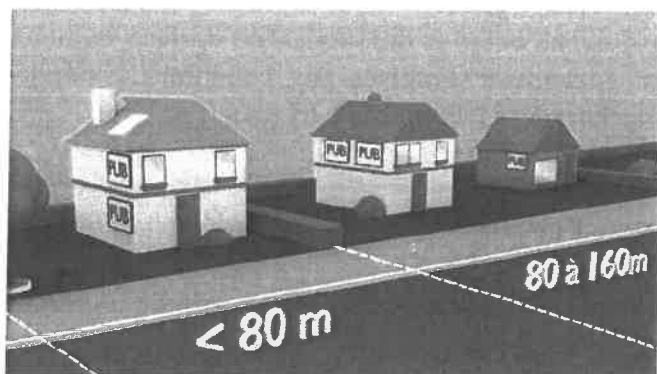
3.1.1.1 L'instauration d'une règle de densité

Dans les agglomérations, ainsi qu'à l'intérieur des aéroports et gares ferroviaires et routières, n'est autorisé qu'un seul dispositif publicitaire par unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire. Il pourra alors être installé un dispositif supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Il existe cependant deux exceptions à ce principe, selon lesquelles on pourra installer :

- soit deux dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit deux dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

Ces exceptions ne valent pas pour l'installation de dispositif publicitaire sur le domaine public.



Source guide pratique « la réglementation de la publicité extérieure » Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie

3.1.1.2 L'extinction

Pour des raisons d'économie d'énergie, le code de l'environnement prévoit des obligations d'extinction nocturne des enseignes et des publicités lumineuses. Toutefois, dans les communes des unités urbaines de plus de 800 000 habitants, le RLP doit déterminer les obligations et modalités d'extinction à appliquer.

3.1.1.3 La proximité des autoroutes, voies express et bretelles de raccordement à une autoroute

Des règles relatives à la visibilité des dispositifs à partir des grands axes routiers passant dans ou à proximité du territoire communal sont prévues par le code de l'environnement. Les voies concernées sont les suivantes :

- autoroute ;
- route express ;
- bretelle de raccordement à une autoroute ;
- déviation ou voie publique située hors agglomération

3.1.2 Les pré-enseignes

Les pré-enseignes admises sont installées dans les mêmes conditions que la publicité (L581-19 CE) et doivent respecter les prescriptions d'harmonisation fixé par l'arrêté du 23 mars 2015 de la ministre de l'écologie, du développement durable et de l'énergie.

Néanmoins, il est possible de signaler certaines activités au moyen de la signalisation d'information locale (SIL).

3.1.2.1 La signalisation d'information locale

Il s'agit de panneaux de direction de petite taille que l'on peut utiliser pour indiquer les commerces et services d'une commune.

Ils doivent respecter la charte du Conseil Départemental de Seine-et-Marne du 2 octobre 2015 jointe en annexe.

De tels dispositifs entrent dans la catégorie de la signalisation routière définie par le code de la Route et donc sortent du champ d'application du code de l'environnement.

3.1.2.2 Le relais d'information service

Ce type de dispositif peut permettre l'accès à des informations d'urgence, répondre à des besoins de repérage ou d'informations relatives aux activités industrielles et commerciales ou bien d'hébergement.

3.1.3 Les enseignes

Les enseignes apposées sur une façade commerciale doivent obéir à des règles de surface cumulée maximale définies à l'article R581-63 du CE et sont également soumises aux conditions générales d'installation des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581-65 du CE.

Les enseignes lumineuses doivent respecter les règles d'extinction comme stipulé dans l'article R581-59 du CE et sont donc soumises aux conditions générales d'installations des enseignes, telles qu'elles résultent des articles R581-58 à R581-65 du CE.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence (R581-29 CE).

Les enseignes scellées au sol sont limitées à 12m² de surface, limitées en nombre (article R581-65 CE) et soumises aux conditions des articles R581-58 à R581-65 du CE

Les enseignes temporaires concernent les opérations exceptionnelles, manifestations à caractère culturel ou touristique, également les travaux publics et opérations immobilières définies aux articles L581-20 et R581-68 sont soumises aux articles R581-69 à R581-7 du CE.

Les enseignes

Type d'enseigne	Les principales règles
Enseigne apposée à plat ou parallèle au mur	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement des limites du mur qui la supporte et de l'égout du toit, • Saillie inférieure à 0,25 m, • Limitée à 1 m de hauteur si installée sur auvent ou marquise, • Limitée à la hauteur du garde-corps si installée sur un balcon ou une baie.
Enseigne perpendiculaire	<ul style="list-style-type: none"> • Pas de dépassement de la limite supérieure du mur, • Saillie inférieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m, • Interdiction devant une fenêtre ou un balcon.
<p style="text-align: center;"><u>Surface maximale des enseignes en façade</u></p> <p>La surface cumulée des enseignes sur façade commerciale ne doit pas excéder :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 % de la, surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est inférieure à 50 m², • 15 % de la, surface de la façade commerciale, lorsque celle-ci est supérieure à 50 m² 	

Type d'enseigne	Les principales règles
Enseigne sur toiture	<p>Dans le cas où l'activité est exercée dans plus de la moitié d'un bâtiment de moins de 15 m de haut :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réalisation au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant sa fixation, et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base sans dépasser 0,50 m de haut, • Hauteur maximale : 3 m • Surface cumulée maximale des enseignes sur toiture d'un même établissement : 60 m².
Enseigne scellée ou posée au sol de plus de 1m ²	<ul style="list-style-type: none"> • Installation à plus de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsque l'enseigne se trouve en avant plan du mur contenant cette baie, • Installation à plus de la moitié de sa hauteur d'une limite séparative, sauf pour les enseignes dos à dos de mêmes dimensions en limite séparative signalant les activités s'exerçant sur deux fonds, • Limitation à une enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée, • Surface maximale : <ul style="list-style-type: none"> × 12 m² en agglomération, × 6 m² hors agglomération, • Hauteur maximale par rapport au sol : <ul style="list-style-type: none"> × 6,5 m si largeur supérieure ou égale à 1 m, × 8 m si largeur inférieure à 1 m.

3.1.4 Les autres dispositifs

Les bâches de chantier, bâches publicitaires, dispositifs de dimensions exceptionnelles et les dispositifs de petits formats sont soumis aux dispositions particulières, telles que décrites dans les articles R581-53 à R581-57 du code de l'environnement.

3.1.5 Le mobilier urbain

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction et dans les conditions définies aux articles R581-42 à R542-47 du CE, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou transparence.

Seuls 5 types de mobilier peuvent accueillir de la publicité :

- les abris destinés au public ;
- les kiosques ;
- les colonnes porte-affiche ;
- les mâts porte-affiche
- les mobiliers destinés à recevoir des informations non publicitaires

3.2 LES DISPOSITIONS APPLICABLES EN DEHORS DE L'AGGLOMÉRATION

En dehors des lieux qualifiés d'agglomération, toute publicité est interdite à l'exception des pré-enseignes dites dérogatoires comme le prévoit l'article R581-7 du code de l'environnement.

3.2.1 L'emprise des aéroports, des gares et les établissements commerciaux exclusifs de toute habitation

Toutefois, la publicité peut être autorisée à l'intérieur de l'emprise des aéroports ainsi que des gares ferroviaires et routières. Elle peut également être autorisée par un RLP à proximité des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération.

3.2.2 Les pré-enseignes dérogatoires

Les pré-enseignes dérogatoires peuvent être implantées en dehors des agglomérations au plus à 5 km de l'entrée de l'agglomération ou du lieu où est exercée l'activité qu'elles signalent.

Toutefois, cette distance est portée à 10 km pour les pré-enseignes dérogatoires signalant des monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite.

Ces pré-enseignes dérogatoires peuvent être scellées sur le sol ou installées directement sur le sol, sans dépasser 1 mètre en hauteur et 1,50 mètre en largeur.

Hors agglomération, sont autorisées les pré-enseignes :

- 2 pré-enseignes par établissement lorsqu'elles signalent des activités en relation avec la vente des produits du terroir par des entreprises locales ;
- 2 pré-enseignes signalant les activités culturelles ;
- 4 pré-enseignes par monument lorsque qu'elles signalent des monuments historiques classés ou inscrits ouverts à la visite.

3.3 LES FORMES DE PUBLICITÉ NE POUVANT ÊTRE INTERDITES PAR UN RLP

3.3.1 Sur les palissades de chantier

Les communes ont le droit d'utiliser à leur profit comme support de publicité commerciale les palissades de chantier lorsque leur installation a donné lieu à autorisation de voirie.

La publicité supportée par des palissades de chantier ne peut être interdite, sauf lorsque celles-ci sont implantées dans les lieux visés aux 1° et 2° du I de l'article L. 581-8 du code de l'environnement.

3.3.2 La publicité effectuée en exécution d'une décision

La publicité, lorsqu'elle est effectuée en exécution d'une disposition législative ou réglementaire ou d'une décision de justice ou lorsqu'elle est destinée à informer le public sur des dangers qu'il encourt ou des obligations qui pèsent sur lui dans les lieux considérés, ne peut être interdite par un règlement local de publicité à condition toutefois que cette publicité n'excède pas une surface unitaire de 1,50 m².

3.4 L'AFFICHAGE D'OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS

En application de l'article L581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (R581-2 du CE) :

- 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 12 m² plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (R581-3 du CE).

Si le maire n'a pas pris d'arrêté relatif aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, détermine le ou les emplacements nécessaires. L'arrêté préfectoral cesse de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un ou plusieurs autres emplacements.

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés aux articles L581-4 et L581-8 du code de l'environnement. Toutefois, le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction déterminée à l'article L581-8.

A Vaux-le-Pénil, **27 JUL. 2018**
Pour la préfète et par délégation,

Le directeur départemental des territoires
de Seine-et-Marne


Igor KISSELEFF

