

**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 : PIECES JOINTES

JACKY HAZAN

COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

16 JUILLET 2021

PRESENTATION

Ce rapport d'enquête comprend 4 documents :

DOCUMENT 1 : RAPPORT du commissaire enquêteur

CHAPITRE 1 : GENERALITES

CHAPITRE 2 : ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE

CHAPITRE 3 : ANALYSE DES AVIS EMIS ET DES OBSERVATIONS

CHAPITRE 4 : APPRECIATIONS du COMMISSAIRE ENQUETEUR SUR LE PROJET

DOCUMENT 2 : CONCLUSIONS ET AVIS du commissaire enquêteur

(les documents 1 et 2 bien que séparés, sont reliés à la suite l'un de l'autre).

DOCUMENT 3 / ANNEXES

document séparé : Les annexes font partie intégrante du rapport .

DOCUMENT 4 : PIECES JOINTES

document séparé : Les pièces jointes ne sont destinées qu'à l'autorité organisatrice de l'enquête

SOMMAIRE

<i>1 Présentation de l'enquête :</i>	15
<i>1.1 Objet de l'enquête :</i>	16
<i>1.2 Etendue du projet :</i>	16
<i>1.3 situation de la commune :</i>	16
<i>1.3.1 situation locale:</i>	16
<i>1.3.2 Les communes voisines :</i>	17
<i>1.3.3 plan de la commune :</i>	18
<i>1.3.4 situation administrative :</i>	18
<i>1.3.5 situation dans la communauté de Communes :</i>	18
<i>1.3.6 desserte de la commune:</i>	19
<i>1.3.6.1 : Pour le réseau départemental et autoroutier :</i>	19
<i>1.3.6.2 : Pour la voirie communale:</i>	20
<i>1.3.6.3 réseau ferroviaire et cars:</i>	20
<i>1.3.6.4 : le réseau bus</i>	20
<i>1.3.6.5 réseau de mobilité douce :</i>	21
<i>1.3.7 Le système hydrographique de la commune :</i>	21
<i>1.3.8 les milieux naturels :</i>	21
<i>1.3.9 : Le patrimoine et les richesses communales :</i>	22
<i>1.4 cadre législatif et procédure :</i>	22
<i>1.4.1 cadre juridique de l'enquête :</i>	22
<i>1.4.2 procédure :</i>	23
<i>1.4.3 l'Arrêté municipal du 7 avril 2021</i>	24
<i>1.5 sur le PLU:</i>	28
<i>1.6 : Les acteurs du projet :</i>	30
<i>1.6.1 l'autorité organisatrice de l'enquête :</i>	30
<i>1.6.2 le Maître d'ouvrage (M.O.) :</i>	30
<i>1.6.3 Le chargé d' Urbanisme et du PLU en mairie :</i>	30
<i>1.6.4 La communauté d'agglomération « Paris - Vallée de la Marne »</i>	31
<i>1.6.5 la Direction Départementale des Territoires de Seine-et-Marne</i>	31
<i>1.6.6 les rédacteurs du projet :</i>	31
<i>1.7 désignation du commissaire enquêteur :</i>	31
<i>1.8 Composition du dossier mis à la disposition du public en mairie :</i>	31
<i>1.8.1 Le dossier mis à la disposition du public contient :</i>	31
<i>1.8.3 Documents complémentaires demandés et/ou mis à la disposition du commissaire enquêteur :</i>	33
<i>1.9 Origine et historique du projet :</i>	34
<i>1.10 La justification du projet, et les objectifs:</i>	35
<i>1.11 Le bilan :</i>	35
<i>1.12 :les zones de publicité :</i>	36
<i>1.12.1 définitions :</i>	36
<i>1.12.2 les zones définies :</i>	38
<i>1.12.3 le plan de zonage :</i>	39
<i>1.13 les zones d'activités :</i>	39

1.14 sur le caractère exécutoire du RLP :	40
1.15 Tableaux résumés des dispositions :	40
1.16 au plan quantitatif :	41
2.Déroulement de l'enquête :	43
2.1 Affichage et publicités :	43
2.1.1 Les affichages légaux :	43
2.1.2 Les parutions dans les journaux :	43
2.1.3 Certificat d'affichage , non obligatoire, n'a pas été établi.	43
2.1.5 Les panneaux d'affichage :	43
2.1.6 Les autres mesures de publicité :	44
2.2 La consultation et les informations préalables :	45
2.2.1 La concertation préalable :	45
2.2.3 réponses des PPA	49
2.2.4 réponses des PPC.....	52
2.3 Rencontres avec le maître d'ouvrage :	52
2.3.1 La réunion de présentation :	52
2.3.2 autres entretiens :	53
2.4. Organisation des permanences :	53
2.5.1 Déroulement des permanences en mairie :	54
2.5.1.1 : 1 ^{ère} permanence : lundi 17 mai 2021, de 9h00 à 12h00 :	54
2.5.1.2 : seconde permanence le samedi 29 mai 2021, de 9h00 à 12h00 :	55
2.5.1.3 : permanence du mercredi 16 juin 2021 de 14h00 à 17h00.....	55
(fin de l'enquête)	55
2.6 Visite des lieux:	56
2.8 Bilan comptable :	56
2.9 réunion publique :	57
2.10 Remise du Procès Verbal de synthèse	57
2.11 Mémoire en réponse :	57
2.12 Réunion de Synthèse :	57
3 Analyse des observations et/ou courriers recueillis.....	59
3.1 Remarques préliminaires :	59
3.2 observations du public :	60
3.3 observations des Personnes Publiques Associées (PPA) formulées au cours de leur consultation:	60
3.3.1 Remarques de la Commission Départementale Nature, Paysages et Sites de Seine- et-Marne (CDNPS) :	60
3.3.1a Remarques sur le zonage :	60
3.3.1a1 Réponse du Maître d'ouvrage :	60
3.3.1a2 Appréciation du commissaire enquêteur :	60
3.3.1b remarque 2 sur la zone commerciale :	61
la zone commerciale d'Intermarché n'apparaît pas en bleu,	61
alors qu'elle est bien en ZPR2.	61
3.3.1b1 Réponse du Maître d'ouvrage:	61
3.3.1b2 Appréciation du commissaire enquêteur.....	61
3.3.1c Sur la Publicité :	61
3.3.1c1 Réponse du Maître d'ouvrage :	61
3.3.1c2 Appréciation du commissaire enquêteur	61

3.3.1d sur les enseignes :	62
3.3.1d1 Réponse du Maître d'ouvrage :	62
3.3.1d2 Appréciation du commissaire enquêteur	62
3.3.1e sur l'extinction.....	62
3.3.1e 1 Réponse du Maître d'ouvrage :	62
3.3.1e 2 Appréciation du commissaire enquêteur	63
3.3.2 Remarques du Service Energies, Mobilités et Cadre de Vie ;	63
3.3.2a sur les limites d'agglomération et le zonage :	63
3.3.2a1 réponse du M.O.....	63
3.3.2a2 appréciation du commissaire enquêteur :	63
3.3.2b sur le rapport de présentation :	63
3.3.2b1 réponse du M.O.....	64
3.3.2b2 appréciation du commissaire enquêteur :	64
3.3.2c sur la publicité :	64
3.3.2c1 réponse du M.O:	64
3.3.2c2 appréciation du commissaire enquêteur	65
3.3.2d sur les enseignes :	65
3.3.2d1 réponse du M.O :	65
3.3.2d2 appréciation du commissaire enquêteur :	65
3.3.2e remarques diverses.....	66
3.3.3e1 réponse du M.O :	66
3.3.3 e2 appréciation du commissaire enquêteur	66
3.3.3f sur la Zone de publicité n°3, domaine ferroviaire hors gare :	66
3.3.3f1 réponse du M.O :	66
3.3.3f2 appréciation du commissaire enquêteur	67
3.3.3g sur la Zone de publicité n°3, domaine ferroviaire, en gare :	67
3.3.3g1 réponse du M.O :	67
3.3.3g2 appréciation du commissaire enquêteur :	67
3.3.3h sur les bâches publicitaires et: les dispositifs de dimensions exceptionnelles.....	68
3.3.3h1 réponse du M.O:	68
3.3.3h2 appréciation du commissaire enquêteur :	68
3.3.3i : sur les dispositions mises en annexe (Réglementations connexes) :	68
3.3.3i1 réponse du M.O:	68
3.3.3i2 appréciation du commissaire enquêteur	68
3.3.3j sur l'article L 581-7 du code.....	68
3.3.3j1 réponse du M.O:	68
3.3.3j2 appréciation du commissaire enquêteur	69
3.3.3k sur la publicité lumineuse :	69
3.3.3k1 réponse du M.O:	69
3.3.3k2 appréciation du commissaire enquêteur	69
3.4 Observations des PPC dans le cadre de leur consultation	69
3.4.1 Remarques de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) :	69
I - Dispositions générales.....	70
3.3.3a 1 Dispositions générales : sur le champ d'application du RLP :	70
3.3.3a1 réponse du M.O:	70
3.3.3a2 appréciation du commissaire enquêteur	71
3.3.3b 1. Dispositions générales, Esthétisme et dispositifs scellés au sol.....	71

3.3.3b1 réponse du M.O:.....	71
3.3.3b2 appréciation du commissaire enquêteur :.....	71
3.3.3c Esthétisme et Interdiction des passerelles :.....	72
3.3.3c1 réponse du M.O:.....	72
3.3.3c2 appréciation du commissaire enquêteur	72
3.3.3d Esthétisme et format des publicités :.....	72
3.3.3d1 réponse du M.O:.....	74
3.3.3d2 appréciation du commissaire enquêteur	75
La solution reprise par le MO « Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m2 maximum » qui satisfait le demandeur est donc à retenir.	75
3.3.3e1 réponse du M.O:.....	75
3.3.3e2 appréciation du commissaire enquêteur :.....	76
3.3.3f en zone de publicité n°3 :.....	76
3.3.3f1 réponse du M.O:.....	77
3.3.3f2 appréciation du commissaire enquêteur :.....	77
3.3.3g Observations complémentaires :.....	77
3.3.3g1 réponse du M.O:.....	77
3.3.3g2 appréciation du commissaire enquêteur	78
3.3.3h Réglementations connexes.....	78
3.3.3h1 réponse du M.O:.....	78
3.3.3h2 appréciation du commissaire enquêteur	78
3.3.3i Définition de l'agglomération :	78
3.3.3i1 réponse du M.O:.....	79
3.3.3i2 appréciation du commissaire enquêteur	79
Cette reprise de rédaction est bien confirmée par le MO.	79
3.3.3j Glossaire :.....	79
3.3.3j1 réponses du M.O:.....	80
3.5 Observations des PPC, reçues sur le registre électronique (RE) :.....	81
RE. 1 Observation de l'UPE, (Union de la Publicité Extérieure) :.....	81
RE1 éléments de présentation- Préambule :.....	81
REMARQUES DU COMMISSAIRE ENQUETEUR	81
RE 1.1 sur l'intérêt de la publicité extérieure :.....	81
R.E.1.1.1 Réponse du Maître d'ouvrage :.....	82
R.E.1.1.2 Appréciations du commissaire enquêteur :.....	82
RE 1.2 sur le manque d'étude d'impact 2	83
R.E.1.2.1 Réponse du Maître d'ouvrage :.....	83
RE 1.3 sur les passerelles :	84
R.E.1.3.1 Réponse du Maître d'ouvrage :.....	84
R.E.1.3.2 Appréciations du commissaire enquêteur :.....	84
RE 1.4 sur les zones de publicités :.....	84
R.E.1.4.1 Réponse du Maître d'ouvrage :.....	85
R.E.1.4.2 Appréciations du commissaire enquêteur :.....	86
R.E.1.5.1 Réponses du Maître d'ouvrage :	87
RE 1.6 sur la zone industrielle des 50 Arpents et le Parc d'activités des Grands Champs : :	87
R.E.1.6.1 Réponse du Maître d'ouvrage :.....	88
R.E.1.6.2 Appréciations du commissaire enquêteur :.....	88

<i>RE 1.7 sur les autres zones d'activité ou commerciales :</i>	88
<i>R.E.1.7.1 Réponse du Maître d'ouvrage :</i>	89
<i>R.E.1.7.2 Appréciations du commissaire enquêteur :</i>	89
<i>RE 1.8 sur la zone de publicité 2 :</i>	89
<i>R.E.1.8.1 Réponse du Maître d'ouvrage :</i>	91
<i>R.E.1.8.2 Appréciations du commissaire enquêteur :</i>	91
<i>RE 1.9 sur la zone de publicité 3 :</i>	92
<i>R.E.1.9.1 Réponse du Maître d'ouvrage :</i>	92
<i>R.E.1.9.2 Appréciations du commissaire enquêteur :</i>	93
<i>RE 1.10 concernant le domaine ferroviaire en gare :</i>	93
<i>R.E.1.10.1 Réponse du Maître d'ouvrage :</i>	94
<i>R.E.1.10.2 Appréciations du commissaire enquêteur :</i>	94
<i>RE 1.11 sur les observations complémentaires :</i>	94
<i>RE 1.11a sur les codes mis en annexes :</i>	94
<i>R.E.1.11a.1 Réponse du Maître d'ouvrage :</i>	94
<i>RE 1.11b sur les clôtures aveugles :</i>	94
<i>R.E.1.11b.1 Réponse du Maître d'ouvrage :</i>	95
<i>R.E.1.11b.2 Appréciations du commissaire enquêteur :</i>	95
<i>RE 1.11c Autres considérations :</i>	95
<i>R.E.1.11c.1 Réponse du Maître d'ouvrage :</i>	95
<i>R.E.1.11c.2 Appréciations du commissaire enquêteur :</i>	95
<i>3.4 Observations RE 2, RE 3 et RE 4 de la Société JC Decaux :</i>	96
<i>RE 2-3-4.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	98
<i>RE 5 observations de l'association « RENARD » :</i>	99
R.E.N.A.R.D. :	99
<i>RE 5.1 Registre électronique et incomplétude du dossier :</i>	100
<i>RE 5.1.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	100
<i>RE 5.1.2 appréciations du commissaire enquêteur :</i>	100
<i>RE 5.2 sur le rapport :</i>	101
<i>RE 5.2.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	102
<i>RE 5.2.2 appréciations du commissaire enquêteur :</i>	103
<i>RE 5.3 sur l'affichage associatif et d'opinion :</i>	103
<i>RE 5.3.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	103
<i>RE 5.4 sur les erreurs :</i>	104
<i>RE 5.4.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	104
<i>RE 5.4.2 appréciations du commissaire enquêteur :</i>	104
<i>RE 5.5 sur La zone de publicité ZP1 et ZP3 :</i>	104
<i>RE 5.5.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	104
<i>RE 5.5.2 appréciation du commissaire enquêteur :</i>	104
<i>RE 5.6 sur Les enseignes en ZP2 :</i>	104
<i>RE 5.6.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	104
<i>RE 5.7.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	105
<i>RE 5.8 sur L'extinction des lumières :</i>	105
<i>RE 5.8.2 appréciation du commissaire enquêteur :</i>	105
<i>RE 5.9 sur La notion de voie publique :</i>	106

<i>RE 5.9.1 Réponses du Maître d'ouvrage :</i>	106
<i>RE 5.9.2 appréciations du commissaire enquêteur</i>	106
<i>RE 5.10. Conclusions</i>	106
<i>4. Examen du dossier d'enquête et Appréciations du commissaire enquêteur sur le</i>	108
<i>4.1 Préambule :</i>	108
<i>4.2 Cadre général dans lequel s'inscrit le projet :</i>	108
<i>4.3 Analyse des divers documents du dossier :</i>	108
<i>4.3.1 sur l'arrêté d'enquête publique</i>	109
<i>4.3.3 Sur le Rapport de présentation</i>	110
<i>4.3.6 sur le plan de zonage du RLP :</i>	112
<i>4.4 : sur les textes dits de rang supérieur :</i>	113
<i>J'observe :</i>	116
<i>RECOMMANDATIONS</i>	119
<i>AVIS MOTIVE DU COMMISSAIRE ENQUETEUR</i>	121

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)



PIECES JOINTES

(Les pièces jointes ne sont destinées qu'à l'autorité organisatrice de l'enquête)

Elles font l'objet du Document 4

- Pièce 1 :** Décision N° E 21000024/77 du 18 mars 2021, de Monsieur le Premier Vice- Président du Tribunal Administratif de Melun désignant M. Jacky HAZAN , en qualité de commissaire enquêteur pour procéder à l'enquête publique ayant pour objet la « Révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Roissy-en-Brie (Seine-et-Marne) ».
- Pièce 2 :** Arrêté municipal du 7 avril 2021 prescrivant l'ouverture de l'enquête publique portant sur la révision du Règlement Local de Publicité ;
- Pièce 3 :** Délibération n° 33/2018 du 26 mars 2018 du conseil municipal de la Commune de Roissy-en-Brie, prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité et fixant les modalités de la concertation, prenant acte de la tenue d'un débat sur les orientations générales du Règlement Local de Publicité.
- Pièce 4 :** Compte-rendu du Conseil municipal du 28 janvier 2019 fixant les orientations du RLP.
- Pièce 5 :** Délibération n°36/2019 du 25 mars 2019 du conseil municipal de la Commune de Roissy-en-Brie, modifiant la délibération du 26 mars 2018 sur les modalités de la concertation dans le cadre de la révision du Règlement Local de Publicité.
- Pièce 6 :** Délibération n°90/2020 du 29 septembre 2020 du conseil municipal de la commune de Roissy-en-Brie, arrêtant le projet du Règlement Local de Publicité et tirant le bilan de la concertation.
- Pièce 7 :** Copie de l'arrêté abrogeant celui du 27 avril 2017 ,dressant la liste des panneaux d'affichage sur la commune.
- Pièce 8 :** Avis d'enquête publique , au format A4
- Pièce 8bis :** Avis d'enquête publique recto verso, au format A4

- Pièce 9 :** Note sur le cadre juridique ;
- Pièce 10 :** Attestation de parution MEDIALEX du 13 avril 2021.
- Pièce 11 :** Certificat d'affichage du Maire, en cours d'enquête : sans objet : non établi ;
- Pièce 12 :** Photo de l'avis d'enquête à droite de l'entrée des Services Techniques, siège de l'enquête ;
- Pièce 13 :** Photo de l'avis d'enquête dans le hall des Services Techniques, siège de l'enquête ;
- Pièce 14 :** Photocopie de la première parution le mardi 27 avril 2021 dans « Le Parisien édition 77 » support papier;
- Pièce 15 :** Photocopie de la première parution le lundi 26 avril 2021 dans « La République de Seine-et-Marne » support papier;
- Pièce 16 :** Photocopie de la seconde parution le lundi 17 mai 2021 dans le journal « Le Parisien édition 77 », support papier;
- Pièce 17:** Photocopie de la seconde parution le lundi 17 mai 2021 dans le journal « La République de Seine-et-Marne » support papier;
- Pièce 18 :** Certificat d'affichage du Maire de fin d'enquête du 21 juin 2021 ;
- Pièce 19 :** Courriel de relance au 15 juillet 2021 pour mémoire en réponse définitif.
- Pièce 20 :** Un extrait de la revue municipale : « 100% ROISSY » de Mai-juin 2021.



Glossaire : Abréviations et acronymes utilisés par le commissaire enquêteur dans ce rapport :

ABF :	Architecte des Bâtiments de France
AOE :	Autorité Organisatrice de l'Enquête
AE :	Autorité environnementale
CDNPS :	Commission Départementale Nature Paysage et Sites
CE :	Commissaire enquêteur
COPIL :	COmité de PILotage
DDT :	Direction Départementale des Territoires
DUP :	Déclaration d'Utilité Publique
EBC :	Espaces Boisés Classés
ENS :	Espaces Naturels Sensibles
EPCI :	Etablissement Public de Coopération Intercommunale
EPT :	Etablissement Public Territorial
ER :	Emplacement Réservé.
EVP :	Espace Vert Protégé.
INSEE :	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.
MAPTAM :	Modernisation de l'Action Publique Territoriale et d'Affirmation des Métropoles
OAP :	Orientations d'Aménagement et de Programmation
PADD :	Plan d'Aménagement et de Développement Durable
PLU :	Plan Local d'Urbanisme
PMR :	Personnes à Mobilité Réduite
PPA :	Personne Publique Associée
PPC :	Personne Publique consultée
PVS :	Procès Verbal de Synthèse
UPE :	Union de la Publicité Extérieure
RD :	Route Départementale
RENARD :	association : Rassemblement pour l'Etude de la Nature et l'Aménagement de Roissy-en-Brie et son District)
RNP :	Règlement National de Publicité
SCOT :	Schéma de Cohérence Territoriale
SDRIF :	Schéma Directeur de la Région Ile de France
SIL :	Signalisation d'Information Locale
SPR :	Site Patrimonial Remarquable
SRU :	Loi Solidarité et Renouvellement urbain du 13 décembre 2000
SUP :	Servitude d'Utilité Publique.
UPE :	Union de la Publicité Extérieure
ZNIEFF	Zone Naturelle d'Intérêt Écologique Faunistique ou Floristique

ZPPAUP : Zones de Protection du Patrimoine Architectural, Urbain et Paysager

ZPR : Zone de Publicité Règlementée

ZR(x) : Zones de Restriction de publicité

CHAPITRE 1

Présentation de l'enquête

1 Présentation de l'enquête :

La commune de Roissy-en-Brie # est située au nord-est du département de Seine-et-Marne, en région Ile-de-France, à 25 km au sud-est de Paris,. Son territoire représente 1 365 km².

Elle comptait 23 228 habitants (roisséen(ne)s selon l' INSEE 2019 , 23 000 h en 2017, 22 836 h en 2018.

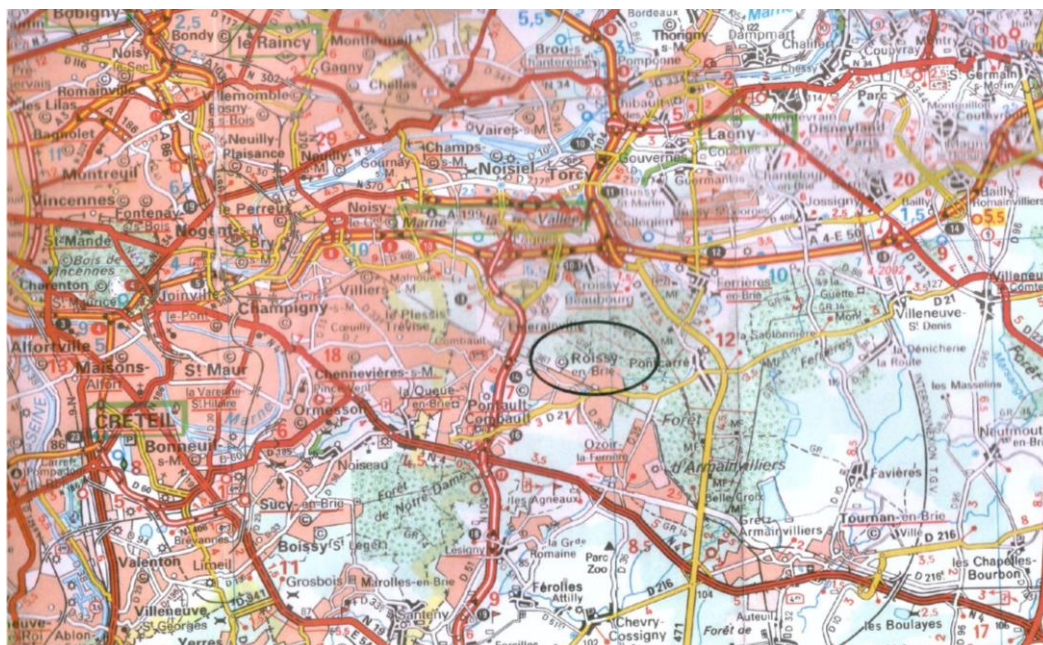
Dans l'arrondissement de Torcy depuis 1994, la ville a intégré le canton de Pontault-Combault en 2014. Elle dépend de l'intercommunalité :

« Communauté d'agglomération Roissy Pays de France »

Il existe un Règlement National de Publicité relevant des dispositions législatives des articles L.581-1 et suivants et réglementaires – articles R.581-1 et suivants- du code de l'environnement, afin de concilier la protection du cadre de vie avec le respect des règles fondamentales que sont la liberté d'expression, du commerce et de l'industrie, et en intégrant la prévention des nuisance visuelles et la réduction des consommations énergétiques.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) vaut document de planification relatif à l'affichage de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes sur le territoire communal (ou intercommunal RLPi).

C'est un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers, les artisans, les commerçants, et les professionnels de l'affichage publicitaire.



Plan de situation

Roissi en Brie apparaît en 131 ; Roisy en 1597 ; Roissy les Friches en l'an II, au cours de la Révolution française ; Roissy-en-Brie au XIX^e siècle.

1.1 Objet de l'enquête :

La commune de ROISSY-EN-BRIE dispose actuellement d'un Règlement Local de Publicité (RLP) depuis le 15 septembre 1989, approuvé en 1990, Il n'est plus opposable, rien n'ayant été fait en juillet 2020 (en raison de la pandémie) quand la caducité est intervenue.

La loi n°2020-734 du 17 juin 2020 a permis au RLP d'être opposable jusqu'en janvier 2021

Il nécessite donc d'être révisé.

La commune de ROISSY-en-BRIE détient la compétence en matière de PLU. En conséquence, la procédure de révision du Règlement Local de Publicité est placée sous l'autorité de son Maire.

La présente enquête publique porte ainsi sur la :

« Révision du Règlement Local de Publicité

de la commune de Roissy-en-Brie (Seine-et-Marne) ».

Elle dispose également d'un PLU approuvé le 13 décembre 2004 et modifié le 24 novembre 2008 et le 26 juin 2017

1.2 Etendue du projet :

Le projet concerne la totalité de la commune.

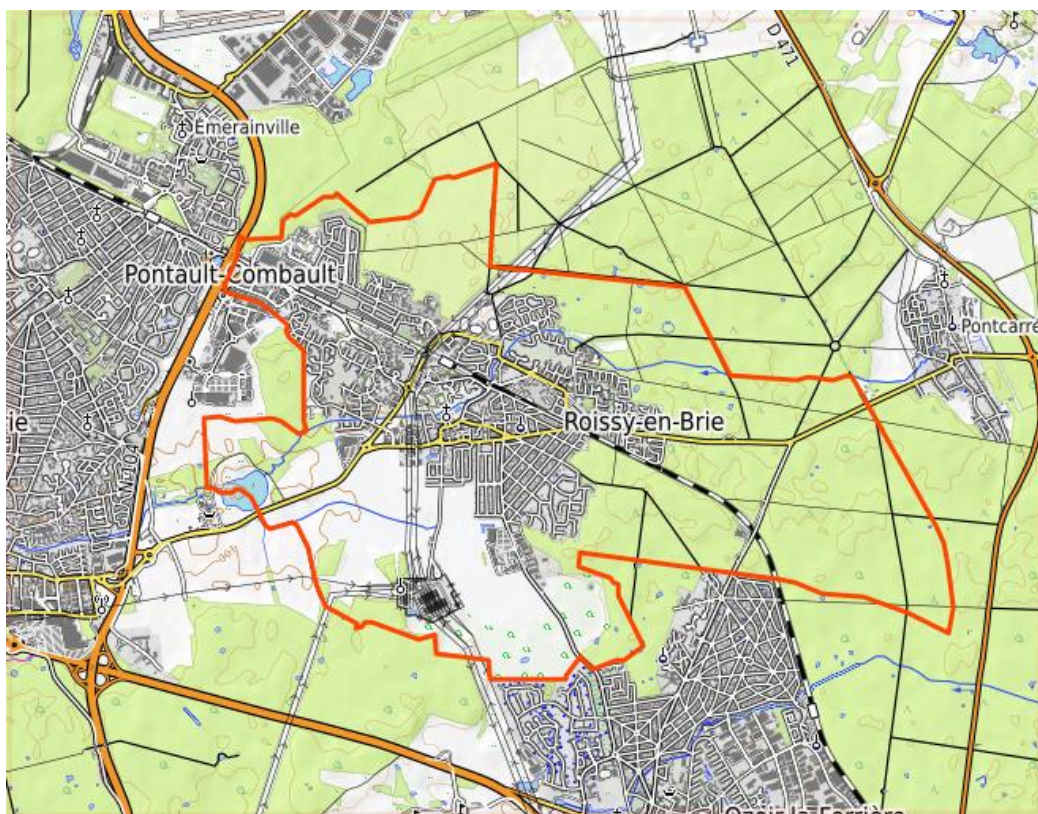
Sur la base des objectifs définis par le Conseil Municipal, des enjeux soulevés dans le diagnostic et des orientations qui en sont issues, trois zones de publicité ont été déterminées appliquant chacune des prescriptions particulières en matière de publicité et d'enseignes.

Elles sont précisées au § 1.11.2 ci-après

1.3 situation de la commune :

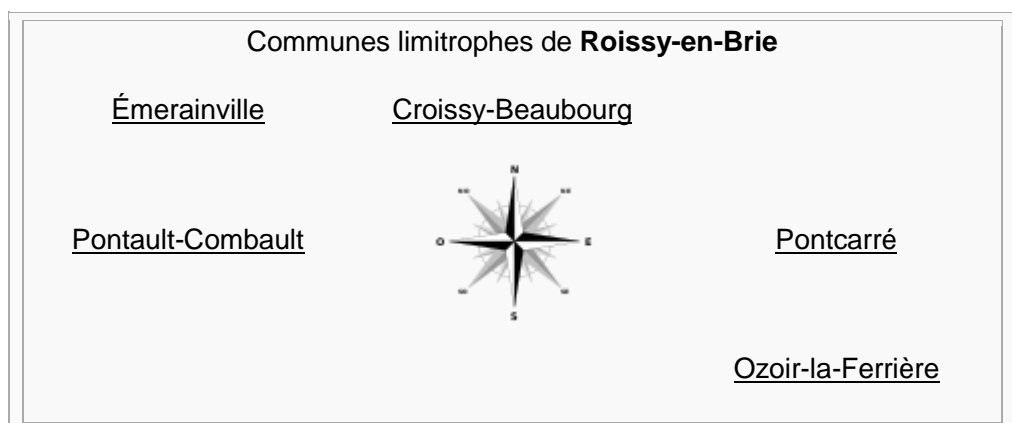
Au plan de la situation générale (ci-dessus, au § 1), on peut ajouter ci-après un plan de délimitation du territoire de la commune (périmétré en trait marron) :

1.3.1 situation locale:



Plan local avec périmètre de la commune

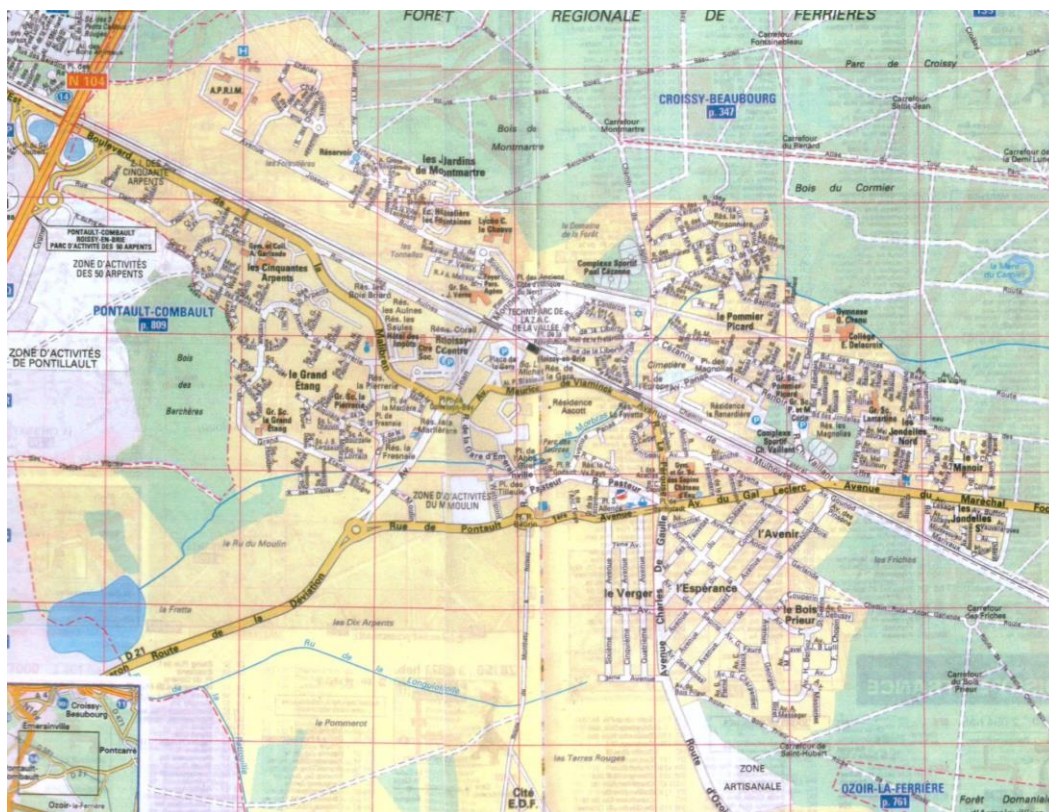
1.3.2 Les communes voisines :



La commune est entourée :

- au nord par la commune de Croissy-Beaubourg
- au sud-est par la commune d'Ozoir-la-Ferrière
- à l'est par la commune de Pontcarré
- à l'ouest par la commune de Pontault-Combault

1.3.3 plan de la commune :



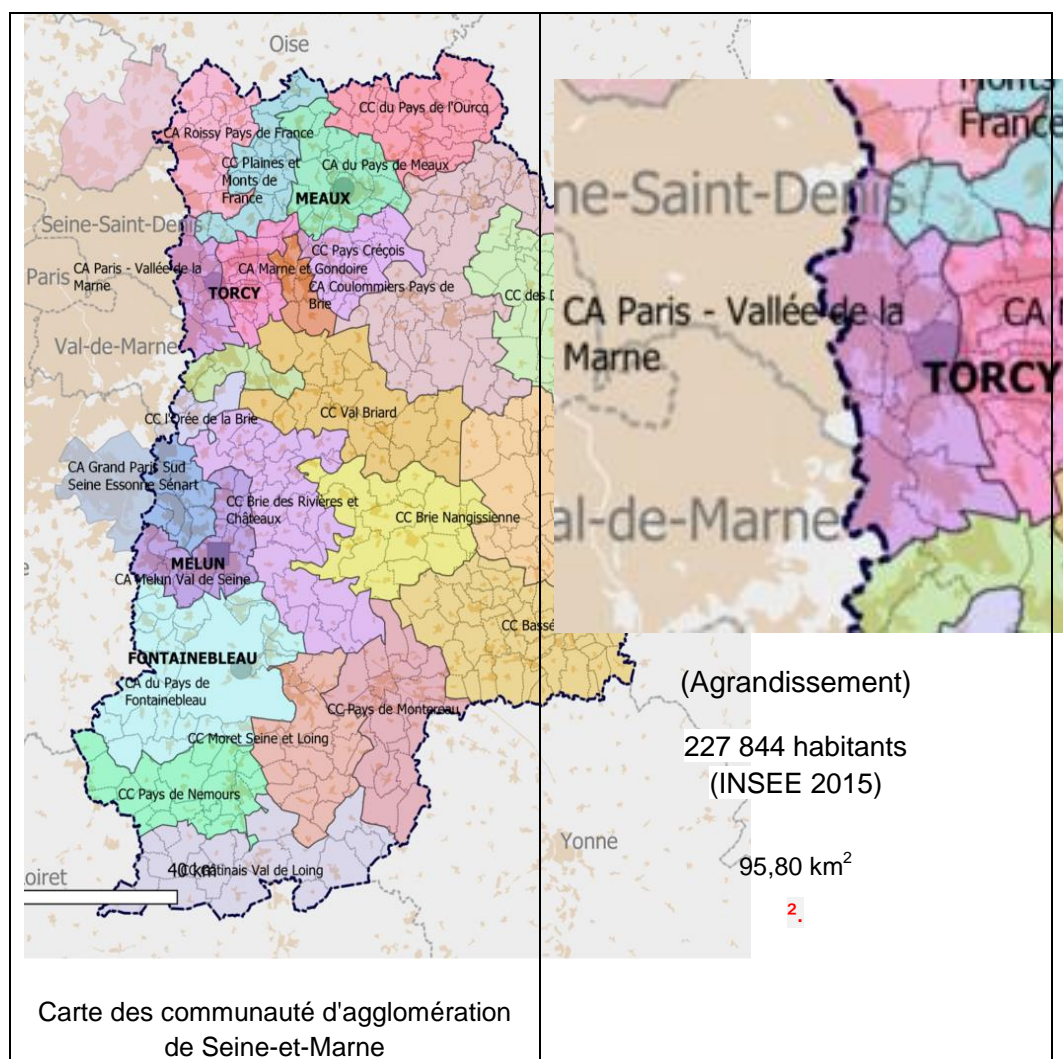
1.3.4 situation administrative :

D'un point de vue administratif, la commune est située dans l'arrondissement de Meaux et le canton de Mitry-Mory.

1.3.5 situation dans la communauté de Communes :

Dans le cadre de la mise en œuvre de la loi MAPAM du 27 janvier 2014, qui prévoit la généralisation de l'intercommunalité à l'ensemble des communes et la création d'intercommunalités de taille importante en Île-de-France, capables de dialoguer avec la métropole du Grand Paris, cette intercommunalité créée par un arrêté préfectoral du 27 novembre 2015 pour former après fusion avec ses voisins, le 1^{er} janvier 2016 :

la communauté d'agglomération « Paris - Vallée de la Marne » comporte 12 communes. Son siège est à Torcy

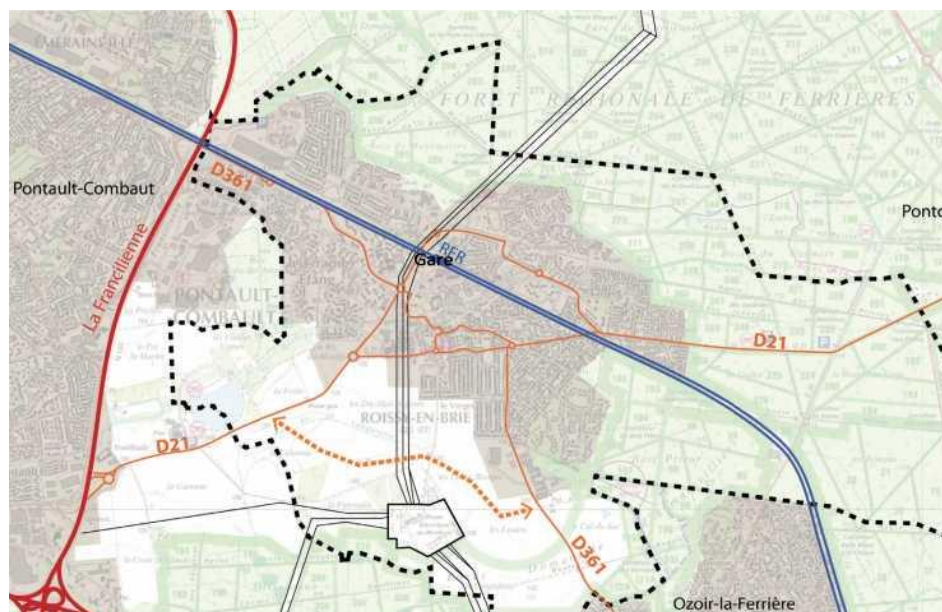


Comme indiqué précédemment, la commune de ROISSY-en-BRIE détient la compétence en matière de PLU. En conséquence, la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) est menée à l'initiative de son Maire.

1.3.6 desserte de la commune

1.3.6.1 : Pour le réseau départemental et autoroutier :

La commune est située entre l'autoroute A 4 au nord et l'ex RN 4 au sud.



La desserte par la Francilienne à l'ouest

et les deux départementales D 21 et D 361 sur la commune

Un boulevard de liaison sud est en projet pour relier la D 21 à la D 361 en contournement du centre ville.


1.3.6.2 : Pour la voirie communale:

On n'observe pas de grandes voies communales structurantes autres que la départementale D 21 qui traverse la commune sensiblement en son centre, d'ouest en est, constituant un axe général à vocation communale qui porte les noms successifs de : Route de Combault Première, avenue du Général Leclerc, avenue du Maréchal Foch.

La départementale D 361 constituant une autre voie à vocation communale, au nord ouest de la D 21, au centre , et se poursuivant au sud,

La D 401 (rue de Paris), qui prend sur le périphérique nord, dessert le nord-ouest de la commune et la Zone Industrielle des 20 Arpents.

1.3.6.3 réseau ferroviaire et cars:

La commune est desservie par la gare de Roissy-en-Brie , dont les trains  se dirigent vers Tournan ou Haussmann - Saint-Lazare.

L'axe de ce RER sépare en deux la commune..

1.3.6.4 : le réseau bus

Le réseau de transport intercommunal Sit'bus fonctionne depuis le 29 août 2005

Avec les lignes :

 Sit'bus        .

1.3.6.5 réseau de mobilité douce :

Le sujet n'est guère traité, en tout cas pas désigné en tant que tel ; pourtant, le territoire de ROISSY-en-BRIE bénéficie d'une importante trame d'espaces publics plantés au sein de la ville, liés au ruisseau du Morbras.

Le rapport de présentation consacre un § 2.2 aux grandes structures paysagères.

1.3.7 Le système hydrographique de la commune :

Le système hydrographique de la commune se compose de 4 cours d'eau :

- le Morbras, long de 17,3 km¹, affluent de la Marne ;
- le ru de la Longuiolle, long de 2,1 km², affluent du Morbras, qui conflue dans l'étang du Coq ;
- le canal 01 de la Commune de Pontcarré, long de 2,2 km³, conflue avec le Morbras ;
- le canal 02 de la Commune de Pontcarré, long de 2,6 km⁴, conflue avec le canal 01 de la Commune de Pontcarré.

La longueur totale des cours d'eau sur la commune est de 8,95 km⁵.

1.3.8 les milieux naturels :

La commune de Roissy-en-Brie est concernée par des espaces boisés classés et des zones à protéger situés en agglomération, et répertoriés dans les documents graphiques du PLU actuellement opposable. Le territoire de ROISSY-en-BRIE est caractérisé par ses limites boisées, protégées au PLU par des EBC (Espaces Boisés Classés) ou au rang national par des ZNIEFF (Zone Naturelle d'Intérêt Écologique Faunistique ou Floristique).

Le territoire communal de Roissy-en-Brie comprend :

- une ZNIEFF de type 1
 - « la « Mare aux Fougères » (0,91 ha), couvrant 2 communes du département
- et deux ZNIEFF de type 2:
 - les « Bois Notre-Dame, Grosbois et de la Grange » (3 410,1 ha), couvrant 15 communes dont 4 en Seine-et-Marne, 2 dans l'Essonne et 9 dans le Val-de-Marne;
 - les « forêts d'Armainvilliers et de Ferrières » (5 682,94 ha), couvrant 12 communes du département.

Les ZNIEFF de type 1 sont des secteurs d'une superficie en général limitée, caractérisés par la présence d'espèces, d'association d'espèces ou de milieux rares, remarquables, ou caractéristiques du milieu du patrimoine naturel régional ou national.↑

Les ZNIEFF de type 2 sont de grands ensembles naturels riches, ou peu modifiés, qui offrent des potentialités biologiques importantes.

Par ailleurs, le territoire de ROISSY-en-BRIE, comme indiqué supra, bénéficie d'une importante trame d'espaces publics plantés au sein de la ville, liés au ruisseau du Morbras qui sépare la partie urbaine en un secteur ouest et un autre secteur Est. Ils sont liés également à des servitudes de réseaux souterrains ou aériens. Cette trame verdoyante est un véritable atout urbain, reliant les deux rives naturelles (Nord et Sud) de la commune

1.3.9 : Le patrimoine et les richesses communales :

La commune n'est couverte par aucune servitude de monument historique, ni d'abord, ni de site patrimonial remarquable, ni de site au titre du code de l'environnement.

Cependant, la commune présente :

- le château de Roissy, XVII^e et XIX^e siècles, actuelle Hôtel de Ville ;
- le pôle culturel de la ferme d'Ayau (cinéma municipal La Grange, Grande Halle, médiathèque Aimé Césaire, Conservatoire de musique, de danse et de beaux-arts) ;
- le parc animalier Hi-han (ferme pédagogique) ;
- l'Eglise Saint-Germain XV^e et XIX^e siècle

1.4 cadre législatif et procédure :

:

1.4.1 cadre juridique de l'enquête :

- Le Code de l'Urbanisme notamment l'article L 153-19 ;
- Le Code de l'Environnement et notamment ses articles L 123-1 et suivants, R 123-1 et suivants, L.581-1 et suivants, R 581-1 et suivants, L 581-14-1 ;
(Sur la réglementation de la publicité extérieure) :
L'article L. 581-2 du code de l'environnement délimite le champ d'application de la réglementation relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes dès lors que les dispositifs sont visibles d'une voie ouverte à la circulation publique ;
L'article L 581-3 « Constitue une enseigne, toute inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble (terrain bâti ou non bâti) et relative à une activité qui s'y s'exerce »
- La loi ENE, du 12 juillet 2010 (Grenelle II) portant engagement national pour l'environnement ;
- Loi NOTRe du 7 août 2015 ;
- Loi SRU (Solidarité et Renouvellement Urbain) du 13 décembre 2000
- Le Code général des Collectivités Territoriales

- L'arrêté du 24 avril 2012 fixant les caractéristiques et dimensions de l'affichage de l'avis d'enquête publique mentionné à l'article R 123-11 du code de l'environnement ;
- Le Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré enseignes

1.4.2 procédure :

La loi ENE du 12 juillet 2010, portant engagement national pour l'environnement, dite « Grenelle II », a modifié la procédure d'élaboration, de révision ou de modification du Règlement Local de Publicité (RLP). Celle-ci doit être conforme à celle fixée pour le Plan Local d'Urbanisme (PLU), à l'exception de la procédure de modification simplifiée.

L'ensemble de la procédure est mené à l'initiative et sous l'autorité du Maire ou du Président de l'établissement public de coopération intercommunale (EPCI) compétent en matière de PLU.

La commune de ROISSY-en-BRIE détient la compétence en matière de PLU. En conséquence, la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) est menée à l'initiative du Maire.

L'article L. 103-2 du code de l'urbanisme précise que la révision du plan local d'urbanisme fait l'objet d'une concertation associant, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées.

Comme indiqué au § 1, le Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune, approuvé en 1990, qui n'est plus opposable, rien n'ayant été fait en juillet 2020 (en raison de la pandémie) quand la caducité est intervenue.

La DDT du 77, service Energies, Mobilités et cadre de vie, rappelle en qualité de PPA consultée, que la loi n°2020-734 du 17 juin 2020 a permis au RLP d'être opposable jusqu'en janvier 2021.

(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.

La nécessaire révision de ce RLP -dit de première génération- ne pouvait intervenir qu'après le 14 janvier 2021. (la réponse de la DDT est du 28 décembre 2020 , reçue en mairie le 11 janvier 2021).

Jusqu'à l'aboutissement de la présente enquête publique suivie de l'éventuelle délibération du conseil municipal, c'est la DDT qui gèrerait les instructions déposées.

En application de l'article L. 103-3 du code de l'urbanisme, l'autorité compétente prescrit par délibération l'élaboration du Règlement Local de Publicité et précise les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation.

L'article L. 103-4 du code de l'urbanisme souligne que les modalités de la concertation permettent, pendant une durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, au public d'accéder aux informations relatives au projet et de formuler des observations et des propositions.

L'article L. 103-6 du code de l'urbanisme indique qu'à l'issue de la concertation, l'autorité compétente en arrête le bilan qui est joint au dossier de l'enquête publique.

1.4.3 l'Arrêté municipal du 7 avril 2021

l'Arrêté municipal n° 85/2021 du 7 avril 2021 (mis en pièce 2) rappelle les références aux différents codes , les délibérations antérieures du conseil municipal, notamment celles concernant la consultation des PPA et PPC

(Personnes Publiques Associées et Personnes Publiques Consultées -notifications du 19 octobre 2020-, et expose en ses 12 articles :

Selon l'article 1^{er} :Objet et dates de l'enquête publique

« Il sera procédé pendant 31 jours consécutifs du lundi 17 mai 2021 à 09 h00 au mercredi 16 juin 2021 à 17h00, dans les bureaux des services techniques de la mairie de Roissy-en-Brie, à une enquête publique l'portant sur la révision du Règlement Local de Publicité ».

L'article précise :

- *les prescriptions édictées par le Règlement Local de Publicité relatives aux publicités, enseignes et pré-enseignes visibles de toute voie ouverte à la circulation publique,*
- *La recherche de l'amélioration de la qualité du cadre de vie et notamment la mise en valeur des paysages, la lutte contre la pollution visuelle, la réduction de la facture énergétique nationale*
- *La volonté de garantir la liberté d'expression ainsi que la liberté du commerce et de l'industrie.*

Il précise également que *« La commune est à l'origine de la révision du règlement local de publicité ».*

et que *« le siège de l'enquête est fixé dans les bureaux des services techniques de la mairie de Roissy-en-Brie (36, rue de Wattripont 77680 Roissy-en-Brie), ouverts du lundi au vendredi de 9h00 à 12h00 et de 14h00 à 17h00 ».*

Selon l'article 2

*M. Jacky HAZAN est désigné en qualité de commissaire enquêteur.
pour diligenter cette enquête publique.*

L'article 3 sur la Mise à disposition du dossier d'enquête publique

indique que « pendant toute la durée de l'enquête, le dossier d'enquête publique comprenant notamment les informations environnementales se rapportant à l'objet de

l'enquête, les avis des personnes publiques associées et l'avis de la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites sera tenu à la disposition du public :est déposé et tenu à la disposition du public ».

«En format papier :

- Dans les bureaux des services techniques de la mairie de Roissy-en-Brie (36, rue de Wattripont 77680, aux jours et heures ci-dessus mentionnés.*

En version numérique :

- Dans les bureaux des services techniques de Roissy-en-Brie (36, rue de Wattripont - 77680 Roissy-en-Brie), sur un poste informatique dédié fourni par PubliLégal.*
- **Sur le site internet de la commune à l'adresse suivante :** www.roissvenbrie77.fr, (rubrique : vivre à roissy, urbanisme, révision du règlement local de publicité).*

L'article 4 concerne les observations du public

- Pendant toute la durée de l'enquête publique, le public pourra consulter et consigner ses observations et propositions :*
 - sur le registre d'enquête en format papier côté et paraphé par le commissaire enquêteur,*
 - sur le registre dématérialisé accessible*
 - dans les bureaux des services techniques de Roissy-en-Brie à partir du poste informatique dédié.*
 - sur le site internet de la commune, à l'adresse suivante*
 - : www.roissvenbrie77.fr. (rubrique : vivre à roissy, urbanisme, révision du règlement local de publicité).*
 - Par courrier électronique à l'adresse suivante :*
revisionrlp@enquetepublique.net

Les observations et propositions écrites et orales du public seront également reçues par le commissaire enquêteur aux lieux, jours et heures fixés. Les observations et propositions du public pourront également être adressées par voie postale à l'attention du commissaire enquêteur pendant et avant la fin de l'enquête, au siège de l'enquête précité. Ces observations seront annexées au registre papier et tenues à la disposition du public. Ces observations seront également consultables sur le site internet de la commune.

Les observations du public sont communicables aux frais de la personne qui en fait la demande pendant toute la durée de l'enquête.

L'article 5 concerne les permanences du commissaire enquêteur

Si les conditions sanitaires le permettent, le commissaire enquêteur se tiendra à la disposition du public pour recevoir les observations et propositions des intéressés aux services techniques de la mairie de Roissy-en-Brie (36, rue de Wattripont 77680 Roissy-en-Brie), aux dates et heures suivantes :

- Lundi 17 mai 2021 de 9h00 à 12h00 (début de l'enquête).*
- Samedi 29 mai 2021 de 9h00 à 12h00.*
- Mercredi 16 juin 2021 de 14h00 à 17h00 (fin de l'enquête).*

L'article 6 concerne la publicité de l'enquête publique.

- Un avis portant à la connaissance du public les modalités de déroulement de l'enquête sera publié par les soins du maire, quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête dans deux journaux locaux ou régionaux diffusés dans le département : LE PARISIEN et LA REPUBLIQUE.*

- Cet avis sera rappelé dans les huit premiers jours de l'enquête dans les mêmes journaux.
- Par ailleurs, le même avis sera publié par voie d'affiches, par les soins du maire de Roissy-en-Brie, quinze jours au moins avant l'ouverture de l'enquête publique. L'affichage aura lieu à la mairie, visible de l'extérieur, et aux emplacements habituels d'affichage de manière à assurer une bonne information du public. Il sera maintenu pendant toute la durée de l'enquête.
- L'avis d'enquête sera également publié par les soins du maire sur le site internet de la commune : www.roissyenbrie77.fr, (rubriques : vivre à roissy, urbanisme, révision du règlement local de publicité).
- Une copie des avis publiés dans la presse sera annexée au dossier soumis à l'enquête en version papier, avant l'ouverture de l'enquête en ce qui concerne la première insertion, et au cours de l'enquête pour la deuxième insertion.

L'article 7 porte sur les informations

- Toute information relative au projet pourra être obtenue auprès du maire, Monsieur François BOUCHART ou du Premier Maire- Adjoint en charge de l'urbanisme, de l'environnement, des grands projets et des quartiers Monsieur Jonathan ZERDOUN, ainsi qu'auprès du responsable du service urbanisme de la Mairie, Monsieur Christophe LEBAUD, services techniques, 34-36, rue de Wattripont, aux jours et heures habituels d'ouverture.
- Toute personne peut, sur sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête auprès de la mairie, direction des services techniques, service urbanisme, 36, rue de Wattripont 77680 Roissy- en-Brie.
- Le dossier est également consultable et téléchargeable sur le site internet de la commune à l'adresse suivante : •[www.roissvenbrie77. fr](http://www.roissvenbrie77.fr). (rubrique : vivre à roissy, urbanisme, révision du règlement local de publicité).

L'Article 8 porte sur la Clôture du registre d'enquête

- À l'expiration du délai fixé à l'article 1^{er}, soit le mercredi 16 juin à 17h00, le registre d'enquête en format papier sera mis à la disposition du commissaire enquêteur et sera clos par ses soins.
- Le registre dématérialisé sera clos automatiquement et l'adresse courriel ne sera plus accessible, dès le mercredi 16 juin à 17h00. Les observations recueillies sur ces deux supports numériques seront mises à la disposition du commissaire enquêteur.
- Dès réception des registres et documents éventuellement annexés, le commissaire enquêteur rencontrera, dans un délai de 8 jours, le Maire, et lui communiquera les observations écrites et orales consignées dans un procès-verbal de synthèse en l'invitant à produire dans un délai maximum de quinze jours ses observations.

Article 9: Rapport et conclusions du commissaire enquêteur.

- Le commissaire enquêteur établira un rapport qui relatara le déroulement de l'enquête publique et examinera les observations recueillies.

- Ce rapport comportera le rappel de l'objet du projet, la liste de l'ensemble des pièces figurant dans le dossier d'enquête publique, une synthèse des observations du public, une analyse des propositions produites durant l'enquête, et, le cas échéant, les observations de la commune, en réponse aux observations du public.
- Le commissaire enquêteur consignera dans une présentation séparée, ses conclusions motivées, en précisant si elles sont favorables, favorables sous réserves ou défavorables au projet.
- Dans un délai de trente jours à compter de la clôture de l'enquête, le commissaire enquêteur transmettra au Maire l'exemplaire du dossier d'enquête publique déposé au siège de l'enquête, accompagné du registre et des pièces annexées, avec son rapport et ses conclusions motivées.
- Il transmettra également une copie du rapport et des conclusions au président du tribunal administratif de Melun et au Préfet du Département, 12, rue des Saints Pères, 77000 MELUN.

Article 10 : Mise à disposition du rapport et des conclusions du commissaire enquêteur.

Le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur seront tenu à la disposition du public pendant un an à compter de la date de clôture de l'enquête, sur le site internet de la commune www.roissyenbrie77.fr, (rubrique vivre à roissy, urbanisme, révision du règlement local de publicité) et aux Services Techniques de la Mairie, 34-36, rue de Wattripont, aux jours et heures habituels d'ouverture, ainsi qu'en Préfecture du Département, 12, rue des Saints Pères, 77000 MELUN.

Article 11 : Autorités compétentes pour prendre la décision.

La personne publique responsable du projet de révision du Règlement Local de Publicité est la commune de Roissy-en-Brie, représentée par son Maire, Monsieur François BOUCHART, domicilié en cette qualité à l'Hôtel de Ville, 9 rue, Pasteur, à ROISSY-EN-BRIE.

Au terme de l'enquête, la commune se prononcera par délibération du Conseil Municipal sur l'approbation du projet de révision du règlement local de publicité, éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur.

Article 12 : Transmission de l'arrêté d'enquête publique.

Une copie du présent arrêté sera adressé à :

- M. le Sous-Préfet, (bureau des actions interministérielles et des relations avec les collectivités locales).
- M. le Commissaire Enquêteur.
- Mr le Président du Tribunal Administratif.

Article 13 : Recours possible contre l'arrêté.

Le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de Melun dans un délai de deux mois à compter de son affichage.

 Pour le Maire
Le 1er Adjoint délégué
en charge de l'urbanisme, de l'environnement, des grands
projets et des quartiers

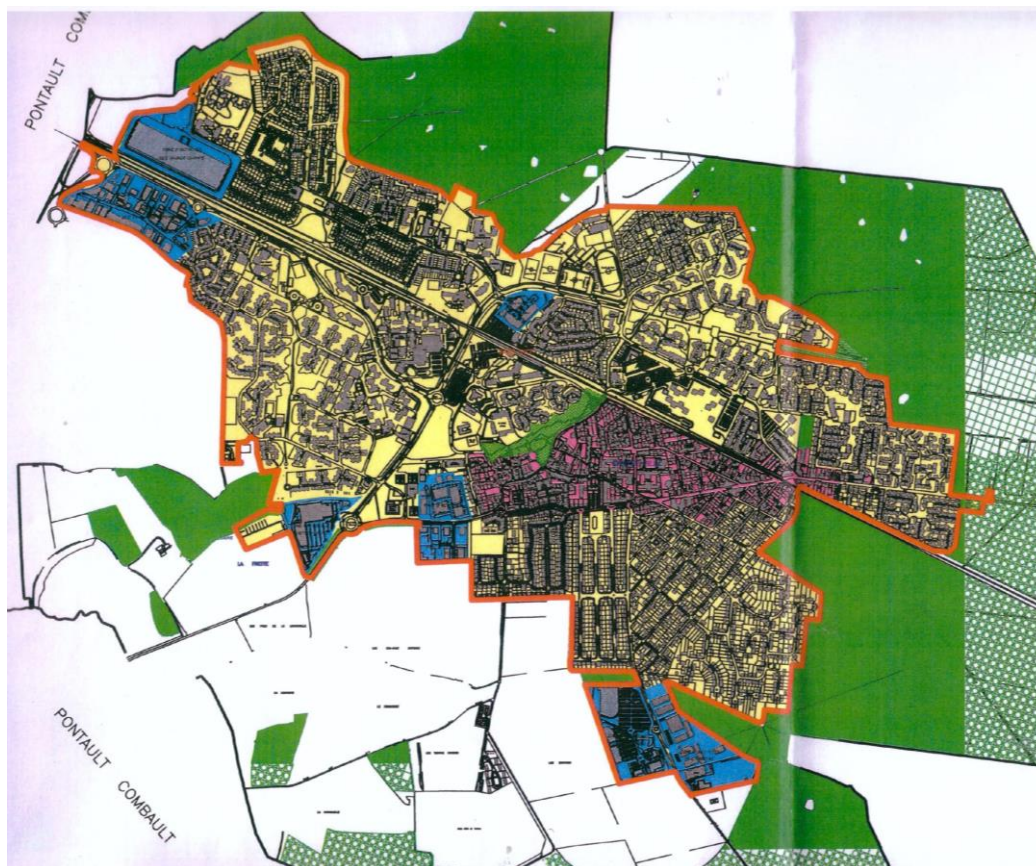
Jonathan ZERDOUN.

1.5 sur le PLU:

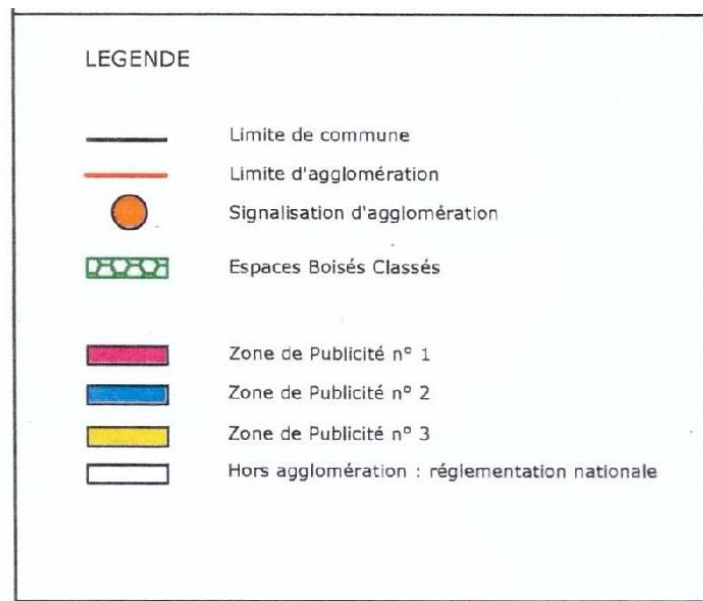
Le PLU approuvé du 13 décembre 2004 a été :

- modifié :
 - le 24 novembre 2008 ;
 - le 26 juin 2017 ;
- mis à jour :
 - le 11 juin 2005 ;
 - le 19 octobre 2010 ;
 - le 10 juin 2016 ;
 - le 1^{er} juillet 2016 ;
 - le 14 mars 2018.

Commune de ROISSY-EN-BRIE
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE
PLAN DE ZONAGE



ECHELLE 1 / 4 000	Juin 2020
Jean-claude SACCOCCIO Consultant en réglementation de la publicité extérieure	20 rue de Cost Losquet 29280 LOCMARIA PLOUZANE Mob. 07.86.55.43.25. j.saccoccio@orange.fr



Cette légende s'avère erronée après examen et **remarques du Service Energies, Mobilités et Cadre de Vie** (DDT de Seine-et-Marne) . Il y a inversion -couleurs et cartouches- (la zone 3 est la zone habitat et la zone 4 celle de la gare)

1.6 : Les acteurs du projet :

1.6.1 l'autorité organisatrice de l'enquête :

C'est la commune de Roissy-en-Brie représentée par son Maire, Monsieur François BOUCHART, domicilié en cette qualité à

l'Hôtel de Ville, 9 rue, Pasteur, à ROISSY-en-BRIE.

1.6.2 le Maître d'ouvrage (M.O.) :

Il s'agit de M. Monsieur François BOUCHART,
Maire de la commune de ROISSY-EN-BRIE.

Vice-président de la communauté d'agglomération « Paris - Vallée de la Marne »,
en charge des Transports et des déplacements.

Il est le bénéficiaire de l'opération.

1.6.3 Le chargé d'Urbanisme et du PLU en mairie :

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

Il est assisté à la Direction des Services Techniques,

34-36, rue de Wattripont, à ROISSY-EN-BRIE.

de :

- Monsieur Christophe LEBAUD, responsable du service urbanisme ;
- Mme Patricia CHAMBOLLE, gestionnaire du foncier.

1.6.4 La communauté d'agglomération « Paris - Vallée de la Marne »
par son Président, M.VOGEL, Maire de Melun.

1.6.5 la Direction Départementale des Territoires de Seine-et-Marne

1.6.6 les rédacteurs du projet :

M. Jean-Claude SACCOCCIO, consultant en réglementation de la publicité
extérieure, à 29280 Locharia Plouzane.

1.7 désignation du commissaire enquêteur :

Par décision N° E 21000024/77 du 18 mars 2021, Monsieur le Premier Vice-
Président du Tribunal Administratif de Melun a désigné :

M. Jacky HAZAN , en qualité de commissaire enquêteur , pour procéder à l'enquête
publique ayant pour objet la :

« Révision du Règlement Local de Publicité
de la commune de Roissy-en-Brie (Seine-et-Marne) ».

Une copie de cette décision figure en pièce 1.

Remarque :

*Le commissaire enquêteur, nommé par le Tribunal Administratif est choisi sur une liste d'aptitude révisée
annuellement. La loi précise en particulier que : « ne peuvent être désignés comme commissaires enquêteurs ou
comme membre de la commission d'enquête les personnes intéressées à l'opération à titre personnel ou en
raison de leurs fonctions notamment au sein de la collectivité, de l'organisme ou du service qui assure la maîtrise
d'ouvrage, la maîtrise d'œuvre ou le contrôle de l'opération soumise à
l'enquête ».*

*Cette disposition législative ainsi que la procédure de désignation par une autorité juridictionnelle garantissent
l'indépendance du commissaire enquêteur, à l'égard aussi bien de l'autorité organisatrice que de l'administration
ou du public, ainsi que sa parfaite neutralité. (Le commissaire enquêteur signe une attestation sur l'honneur
confirmant son indépendance vis-à-vis de l'enquête).*

*On peut également rappeler que le travail du commissaire enquêteur n'est ni celui d'un juriste, ni celui d'un
expert.*

*Il n'a aucune borne à sa mission, qui est d'apprécier l'acceptabilité du projet et de peser de manière objective le
pour et le contre, puis de donner son avis motivé personnel.*

*En l'occurrence, le commissaire enquêteur s'est efforcé de travailler dans le strict respect des textes fixant sa
mission et définissant les limites de ses pouvoirs.*

1.8 Composition du dossier mis à la disposition du public en mairie :

1.8.1 Le dossier mis à la disposition du public contient :

I)-Dossier d'enquête publique où sont reliés à la suite :**1 - NOTE DE PRESENTATION :**

- 1.1 Note sur le cadre juridique de l'enquête publique sur le projet de révision du RLP.

2 - PIECES ADMINISTRATIVES du RLP

Ce document relié regroupe à la suite et sans séparations:

(nous avons posé quelques onglets pour s'y retrouver) :

- 2.1 Délibération du 26/03/2018 prescrivant la révision du règlement local de publicité, fixant les objectifs et les modalités de la concertation ;
- 2.2 Porté à connaissance de l'Etat ;
- 2.3 Délibération du 28/01/2019 prenant acte de la tenue du débat sur les orientations du RLP
:
- 2.4 Délibération du 25/03/2019 modifiant les modalités de la concertation
- 2.5 Délibération du 29/09/2019 arrêtant le projet de RLP et tirant le bilan de la concertation.
 - Le porté à connaissance.
 - Annexe à la délibération, bilan de la concertation
 - Partie 1 : contexte et modalités de la concertation.
 - Partie 2 déroulement de la concertation.
 - Partie 3 : traitement des remarques formulées.
- 2.6 Bilan de la concertation
 - Partie 4 : Bilan de la concertation.

3 -- AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES :

- 3.0 Etat récapitulatif de la consultation des Personnes Publiques Associées et consultées :
- 3.0.1 Avis de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat du 16/11/ 2020.
- 3.0.2 Avis de la Communauté de Communes du Val Briard du 23/11/2020.
- 3.0.3 Avis du Conseil Départemental de Seine-et-Marne du 26/11/ 2020.
- 3.0.4 Avis de la Communauté d'Agglomération Paris Vallée de la Marne du 06/01/20212020.
- 3.0.5 Avis de la Préfecture de Seine-et-Marne du 11/01/2021.
- 3.0.6 Avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites en date du 21/01/ 2021.

- 3.1 Etat récapitulatif de la consultation Personnes Publiques Consultées
- 3.1.1 Avis de l'Union pour la Publicité Extérieure (UPE) du 18 /01/2021;
- Rapport de la DDT du 7 décembre 2020.
- Avis de l'Etat du 28 décembre 2020.
- Courriel de l'association Renard en date du 14 février 2021 et réponse de la commune à l'association Renard en date du 10 mars 2021.

4 - PIECES DE L'ENQUETE PUBLIQUE:

- 4.1 Arrêté d'enquête publique.
 - 4.2 Avis d'enquête publique.
 - 4.3 Note sur le cadre juridique.
- Le 4.4 Insertions de presse n'est pas à la suite.

5 – REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE ARRETE.

- 5.1 Tome I : RAPPORT DE PRESENTATION ;
- 5.2 Tome II : REGLEMENT ;
- 5.3 Tome III :ANNEXES

Ils font l'objet de documents reliés séparés

1.8.2 A l'ouverture de la première permanence :J'ai fait ajouter au dossier mis à la disposition du public

- Un plan de situation
- Un plan de la commune
- Les 4 journaux originaux comportant les insertions avant et après le début d'enquête..

Les pièces du dossier sont commentées au Chapitre 4.

1.8.3 Documents complémentaires demandés et/ou mis à la disposition du commissaire enquêteur :

Il s'agit essentiellement des documents suivants :

- ✓ Plan de la commune : j'en ai donc ajouté un exemplaire au dossier;
- ✓ PLU approuvé le 13 décembre 2004 : il a été mis à ma disposition lors de mes permanences
- ✓ Liste des lieux d'affichage (elle m'a été adressée par courriel
- ✓ Lieux d'implantation des panneaux administratifs autres que ceux réservés à l'affichage d'opinion et/ou à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ;
- ✓ Autres possibilités d'information : il s'agit du Magazine d'informations municipales informant de l'enquête ;

1.9 Origine et historique du projet :

Comme indiqué précédemment (au § 1.1), la commune disposait d'un Règlement Local de Publicité du 15 septembre 1989. Il n'est plus opposable pour n'avoir pas été révisé dans les délais

A la suite d'une enquête publique, qui s'est déroulée du 15 juin au 18 juillet 2015, le conseil municipal du 26 mars 2018 (dont copie de délibération en pièce 2) a prescrit la révision du règlement local de publicité, avec les objectifs suivants :

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire ;
- Prendre en compte le développement économique de la commune, notamment les zones commerciales du Super U et de l'Intermarché, la zone d'activités de la Forge
- Lutter contre la pollution visuelle ;
- Améliorer le cadre de vie des habitants et renforcer l'identité et l'image de la commune ;
- Répondre aux besoins de communication extérieurs des acteurs locaux en fonction des zones de destinations ;
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale ;
- Maîtriser l'affichage publicitaire ;
- Supprimer les dispositifs incompatibles avec la qualité paysagère des lieux pour le mettre à l'enquête publique, laquelle s'est déroulée du 15 juin au 18 juillet 2015.

La délibération du 25 mars 2019, modifiant la délibération du 26 mars 2018, prescrivant l'élaboration du Règlement Local de Publicité et fixant les modalités de la concertation, énonce les objectifs poursuivis en matière de publicité extérieure :

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

Deux réunions se sont tenues, les 12 mars et 8 octobre 2019, associant les Personnes Publiques Associées, les représentants de la publicité extérieure, les associations locales, les commerçants et les habitants.

A la suite de l'enquête de juin-juillet 2015 et des remarques formulées, de petits ajustements ont été opérés, en particulier, à la demande de la Direction Départementale des Territoires et de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), sur le plan de zonage et la partie réglementaire.

1.10 La justification du projet, et les objectifs:

Au regard de l'évolution des textes, de la qualité recherchée du cadre de vie, de la lutte contre la pollution visuelle, mais aussi afin de réduire la facture énergétique, il était constaté sur le territoire de la commune :

- Une concentration relative de dispositifs publicitaires notamment sur les grands axes routiers traversant le territoire communal.
- Une forte présence des enseignes liées aux nombreuses activités économiques, commerciales et artisanales existantes sur la commune.
- L'existence d'enseignes et de dispositifs publicitaires non conformes au regard du Règlement National de Publicité et du Règlement Local de Publicité actuel.
Certains dispositifs publicitaires ont une conséquence sur le paysage par leur densité, leur grande taille (4m x 3m) qui paraissent parfois disproportionnés, et inadaptés à leur environnement. Ils nuisent également à l'efficacité de la communication économique locale (cohabitation confuse avec les enseignes).
- La présence d'enseignes et de dispositifs publicitaires conformes mais qui apparaissent comme inadaptés notamment au regard de leur implantation et de leurs caractéristiques dans l'environnement urbain.

1.11 Le bilan :

Sur la base du diagnostic et des observations de terrain, il s'avère que la commune de ROISSY-en-BRIE est peu impactée par la publicité.

Cependant, il n'en demeure pas moins que des cas particuliers sont à relever notamment sur des entrées de ville, les grands axes (D21 et D361) et un secteur du centre-ville, où des densités plus fortes sont observées.

Pour remettre un peu d'ordre dans ces diverses situations, 4 orientations principales ont été définies :

ORIENTATION N°1 :

- Préserver les entrées d'agglomération, facteur déterminant de l'image qualitative de la ville, qu'elles soient en situation de continuité urbaine ou de transition avec un paysage agricole ;
- Limiter, voire interdire dans certains cas, les publicités sous certains formats (à défaut, harmoniser l'implantation des dispositifs publicitaires).
- Soigner les enseignes sur ces secteurs pour assurer leur harmonie et une meilleure intégration dans le paysage environnant : dimensions, quantité, alignement des dispositifs

ORIENTATION N°2 :

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

ORIENTATION N°3 :

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

ORIENTATION N°4 :

- Renforcer le caractère urbain du centre-ville : « atténuer l'ambiance d'axe routier »
- Améliorer la qualité esthétique des façades commerciales en adoptant une réglementation des enseignes appropriées au centre-ville ;
- Préconiser l'installation de la publicité sur le mobilier urbain.

1.12 :les zones de publicité :**1.12.1 définitions :**

on considère en particulier et essentiellement, 3 catégories de dispositifs publicitaires (dont les définitions sont résumées , par rapport à celles portées ci-dessus, à la suite de la liste des associations) :

- Les publicités,
« constitue une publicité, ...toute inscription forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention ...»

Elles peuvent être :

- apposées sur des supports préexistants, tels que façades de maisons et immeubles,
- scellées au sol.
- sur mobilier urbain

- Les enseignes :

« est une enseigne, toute inscription, forme ou image, apposée sur un immeuble, et relative à une activité qui s'y exerce ».

(il peut également s'agir d'un immeuble tel que défini par le Code civil, donc d'une unité foncière, et par activité on doit comprendre qu'il peut s'agir d'une marque ou d'une activité générique)

Elles peuvent se présenter :

- en façades de boutiques, ou grandes surfaces
- par scellement au sol
- en accroche sur clôtures

- Les pré enseignes :

La pré enseigne est une inscription, forme ou image, signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Elles peuvent être diversement fixées (au sol, sur mobilier urbain etc).

Leurs formes peuvent être très variées

Elles sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

(une enseigne implantée hors du site concerné est une pré enseigne : *une enseigne qui se dissocie matériellement du lieu où l'activité est exercée doit être requalifiée de pré enseigne -CE, 04/03/2013*).

Il existe des formes particulières de publicités, enseignes et pré enseignes :

- ✓ Des pré enseignes dérogatoires, de petit format, installées hors agglomération.
- ✓ Des publicités installées sur mobilier urbain : lampadaires, bancs, barrières, abris bus, kiosques (il n'y en a pas sur la ville), colonnes, mâts...
- ✓ Des publicités par journaux électroniques
- ✓ Les affichages libres (d'opinion, à but non lucratif, ou destinés aux associations).
- ✓ Les chevalets, sur domaine public, qui se comportent comme des enseignes.
- ✓ Des enseignes temporaires (actions commerciales par exemple),
- ✓ Les bâches de chantier, plus ou moins grandes, qui nécessitent une autorisation au cas par cas,
- ✓ L'affichage sauvage : qui reste illégal,
- ✓ Les publicités sur véhicules, circulant avec autorisation,
- ✓ Etc...

1.12.2 les zones définies :

Trois zones de publicité ont été déterminées appliquant chacune des prescriptions particulières en matière de publicité et d'enseignes.

La Zone de Publicité n° 1 (ZP 1) : le Centre-Ville

Le Centre-Ville est une zone urbaine à densité élevée, affectée essentiellement à l'habitat et aux commerces de proximité qui sont installés, notamment le long des artères principales (rue Pasteur et avenue du Général Leclerc) et le centre commercial de la Ferme d'Ayau. Ce dernier regroupe les commerces nouvellement créés et constitue aujourd'hui le premier centre commerçant de ROISSY-EN-BRIE.

Les dispositifs publicitaires n'ont pas leur place en Centre-Ville, exceptée la publicité apposée sur le mobilier urbain.

Les enseignes nécessitent un traitement spécifique dans le but de les rendre plus lisibles et plus valorisantes sur les devantures commerciales afin que celles-ci participent à la mise en valeur du Centre-Ville.

La Zone de Publicité n° 2 (ZP 2) : les zones d'activités

Cette zone est constituée de secteurs économiques couvrant six zones d'activités industrielles et de services, et deux zones commerciales.

Considérant sa vocation économique, cette zone fait l'objet d'une réglementation plus souple sur les enseignes mais néanmoins très détaillée et précise notamment sur le mode d'éclairage, sur les modalités d'extinction des enseignes lumineuses, et sur les enseignes scellées au sol.

La publicité y trouve une place maîtrisée afin d'établir une homogénéité et une cohérence entre les zones d'activités et leur environnement. Cependant, la publicité est interdite dans certains secteurs qui occupent une petite superficie : parcs d'activités du Moulin, de la Forge et de la Vallée (Techniparc).

La Zone de Publicité n° 3 (ZP 3) : l'agglomération, autres que celle située dans les zones ZP1 et ZP2

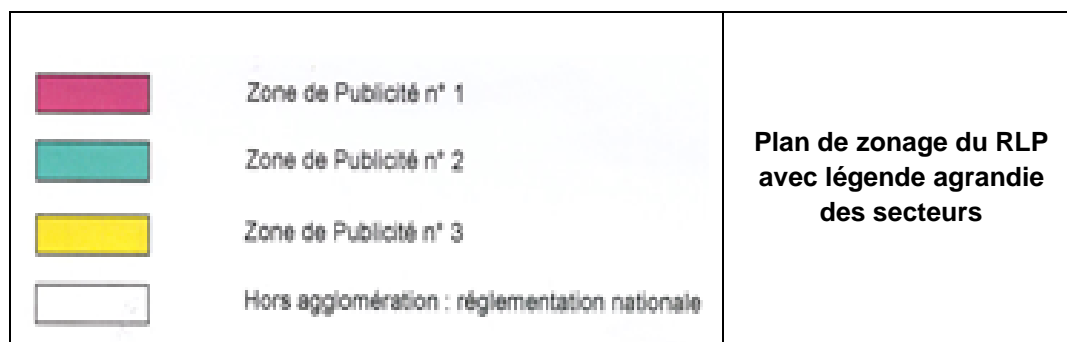
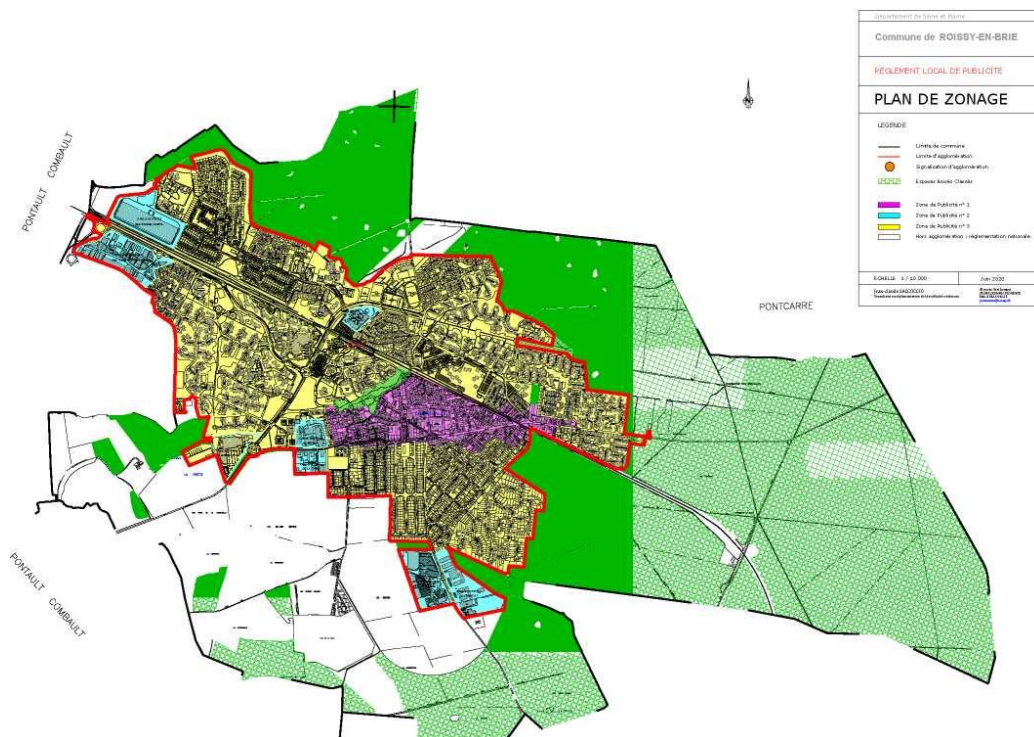
A l'exception des zones ZP1 et ZP2, cette zone couvre les secteurs situés en agglomération, composés d'habitat, d'équipements, de commerces de proximité, et du site de la gare SNCF.

Cette zone fait l'objet d'une réglementation restrictive en matière de publicité qui est admise principalement de petit format sur devanture commerciale et sur le mobilier urbain.

(Les enseignes sont encadrées de manière plus souple qu'en Centre-Ville).

Dans chacune des zones identifiées s'applique une réglementation plus restrictive que les dispositions de la réglementation nationale tout en conciliant la liberté d'expression, du commerce et de l'industrie avec la protection du cadre de vie.

1.12.3 le plan de zonage :



La zone 4 dite de la gare, n'est pas désignée.

1.13 les zones d'activités :

Un grand nombre de zones économiques sont présentes sur le territoire:

- la Zone industrielle des 50 Arpents,
- Parc d'Activités des Grand-Champs,
- Parc d'Activités de la Vallée (Techniparc),
- Parc d'Activités du Moulin,
- Parc d'Activités de la Forge,
- Zone d'Activités de l'Habitat,
- Zone commerciale Super U / Gegko)
- Zone commerciale Intermarché

Le Règlement Local de Publicité en vigueur sur Roissy-en-Brie comprend 3 zones de publicité :

- Une zone de publicité autorisée (ZPA), couvrant un secteur situé en dehors de l'agglomération de ROISSY-EN-BRIE, délimitée comme suit :
 - De part et d'autre du CD 361 Ouest sur 550 mètres à partir du panneau d'agglomération ;
 - De part et d'autre du CD 21 Ouest sur 200 mètres à partir du panneau d'agglomération ;
 - De part et d'autre du CD 361 Sud sur 300 mètres à partir du panneau d'agglomération.
- Une zone de publicité restreinte n°1 (ZPR1), délimitée comme suit :
 - L'intersection du CD 21 avec la voie ferrée (passage à niveau) ;
 - Les abords du Pont SNCF de l'avenue Panas ;
 - Les abords du Pont SNCF de l'avenue Jean Monnet.
- Une zone de publicité restreinte n°2 (ZPR2) comprend tout ce qui n'est pas inclus dans la ZPA et la ZPR1.

1.14 sur le caractère exécutoire du RLP :

- Les publicités et les pré-enseignes installées avant l'entrée en vigueur du Règlement Local de Publicité disposent d'un délai maximal de 2 ans pour se mettre en conformité. (Art. L. 581-88 du code de l'environnement)
- Les enseignes installées avant l'entrée en vigueur du Règlement Local de Publicité ont un délai maximal de 6 ans pour se mettre en conformité. (Art. L. 581-43 du code de l'environnement)
- Les dispositifs, non conformes à la Réglementation Nationale ne disposent pas des délais énoncés ci-dessus pour être mis en conformité.
- Dans le silence du Règlement Local de Publicité, la Réglementation Nationale s'applique.

Il est à noter que le Règlement Local de Publicité a établi une zone de publicité autorisée (ZPA). Ces secteurs correspondent à des zones d'activités qui se situent maintenant en agglomération.

1.15 Tableaux résumés des dispositions :

Dispositions générales à toutes les zones	ZPA	ZPR 1	ZPR 2
> Publicité lumineuse :	> Dispositifs muraux :	> Dispositifs muraux :	> Dispositifs
● Autorisation du Maire	● Surface unitaire : 12 m ² *	● Surface unitaire : 12 m ²	● Surface unitaire : 2 m ²
	● Hauteur : 7.50 m	● Hauteur : 6.50 m	● Hauteur : 2 m
	● Densité : 2 supports par propriété foncière	● Densité : Un dispositif par support mural	● Densité : Un par habitation

PUBLICITES	d'aménagement :			
	● Peuvent être implantés à condition d'avoir fait l'objet d'une concertation préalable	● Interdit sur les clôtures aveugles	■ Interdit sur les clôtures aveugles	● Interdit sur les aveugles
	● Soumis à la réglementation nationale	> Dispositifs portatifs :		> Dispositifs
		● Surface unitaire : 12 m ²	● Surface unitaire : 12 m ¹	● Soumis à la réglementation nationale (Surface unitaire : 12 m ¹)
		● Hauteur : 6 m	● Hauteur : 5 m	t Hauteur : 6 m)
		● Densité : 2 supports par propriété foncière	● Densité : Un dispositif par parcelle et par façade	
	> Affichage d'opinion :		● Linéaire de façade donnant sur la voie : 10 m	
	■ Soumis à la réglementation nationale			
	> Mobilier urbain :			
	● Soumis à la réglementation nationale			

Dispositions générales à toutes les zones

ZPA

ZPR 1

ZPR 2

ENSEIGNES

> Enseignes non lumineuses

- Autorisation du Maire
- Soumises à la réglementation nationale

> Enseignes lumineuses

- Autorisation du Maire
- Soumises à la réglementation nationale

1.16 au plan quantitatif :

Un recensement de l'ensemble de la publicité et des enseignes existantes sur le territoire de ROISSY-en-BRIE a été réalisé, en Novembre 2018. Les dispositifs ont été photographiés et geo-référencés.

- ❖ 182 commerces et services **sont** répartis sur le territoire, soit 1176 enseignes identifiées.
- ❖ 34 entreprises publicitaires exploitants sur le territoire, soit , 96 dispositifs, diffusant 96 affiches (58 scellés au sol, 25 sur clôture, 12 sur mur de bâtiment, 1 sur vitrine)

En 2019 on comptait 1273 dispositifs

En 2021 on en compte 1193.

CHAPITRE 2

Déroulement de l'enquête

2. Déroulement de l'enquête :

2.1 Affichage et publicités :

2.1.1 Les affichages légaux :

J'observe que l'édition de l'affiche est conforme en texte et couleur à l'arrêté du 24 avril 2012 fixant les caractéristiques et dimensions de l'affichage de l'avis d'enquête publique mentionné à l'article R 123-11 du code de l'environnement. L'affichage a bien été effectué à droite de l'entrée des Services Techniques, sis hors mairie, 34-36 rue de Wattripont, abritant les services de l'urbanisme, et siège de l'enquête.,

(photos en pièce 12 - sur le panneau d'affichage municipal- et 13 dans le hall des services techniques).

Cet affichage a été par ailleurs réalisé sur les 24 panneaux municipaux (listés ci-après) et sur les 3 panneaux lumineux de la commune.

2.1.2 Les parutions dans les journaux :

S'agissant de l'organisation de cette enquête une première parution a eu lieu :

- ✓ dans « Le Parisien édition 77 » du mardi 27 avril 2021 (pièce 14)
- ✓ dans « **La** République de Seine-et-Marne » du lundi 26 avril 2021 (pièce 15);

soit largement 15 jours avant le début de l'enquête fixé au 17 mai 2021.

Une seconde insertion a eu lieu :

- ✓ dans « Le Parisien édition 77 » du lundi 17 mai 2021 (pièce 16)
- ✓ dans « **La** République de Seine-et-Marne » du lundi 17 mai 2021 (pièce 17);

correspondant au 1^{er} jour de l'enquête et donc bien dans ses 8 premiers jours.

Ainsi ces mesures de publicité ont bien respecté la réglementation en vigueur.

2.1.3 Certificat d'affichage :

, non obligatoire, n'a pas été établi.

2.1.4 le certificat d'affichage à la fin de l'enquête, du 21 juin 2021, est en : Pièce 18 ;

2.1.5 Les panneaux d'affichage :

la commune dispose de nombreux panneaux d'affichage et de 3 panneaux électroniques

L'arrêté municipal du 27 avril 2017 (mis en pièce 7) liste :

- en son article 2 les 16 panneaux réservés à l’affichage d’opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ;
- en son article 3 les 24 panneaux réservés à l’affichage administratif.

Liste des panneaux administratifs

- Rue Charles Vaillant (face à la salle de tennis de table)
- Rue Auguste Renoir (entrée GS PM Curie)
- Boulevard des Jondelles (entrée GS Lamartine)
- Rue Eugène Delacroix (entrée GS Pommier Picard)
- Rue Eugène Delacroix (entrée gymnase Chanu)
- Avenue Yitzhak Rabin (entrée stade de foot)
- Esplanade Guy Moquet (entrée du Lycée Charles Le Chauve)
- Rue Jules Ferry (entrée GS Jules Verne)
- Avenue J.B de Monet chevalier de Larmark (entrée jeux enfants)
- Avenue J.B de Monet chevalier de Larmark (entrée city stade)
- Avenue J Bodin de Boismortier (entrée parc Hihan)
- Avenue de la Malibran (entrée gymnase Ancel de Garlande)
- Avenue des 50 Arpents (entrée city stade)
- Avenue du Grand Etang (entrée GS Michel Grillard)
- Avenue du Grand Etang (entrée du Centre les P’tits Loups)
- Rue de la Mare (entrée GS Pierrerie)
- Rue Lewenberg (entrée aire de jeux)
- Rue du Moulin (entrée gymnase Mandela)
- Rue de la gare d’Emerainville (entrée parking ferme Ayau)
- Place de la Gare (entrée de la gare)
- Place de l’Europe (entrée de la M.T.L)
- Rue Pasteur (entrée de la Mairie)
- Rue la Pérouse (entrée du GS des Sapins)
- Rue la Pérouse (entrée du gymnase des Sapins)

Les 3 panneaux électroniques sont situés notamment :

- Place de la Gare, devant le bâtiment de la gare
- Rue Ch. Vaillant

2.1.6 Les autres mesures de publicité :

Elles se limitent à une insertion (bien discrète !) dans la revue municipale « 100% ROISSY » de Mai-juin 2021 (mis en pièce 20).

Les dates, horaires et lieu des permanences auraient mérité une meilleure présentation.

Il n’y est pas expliqué, même succinctement, en quoi consiste un RLP et la nécessité de le réviser

2.2 La consultation et les informations préalables :

2.2.1 La concertation préalable :

:

Par délibération en date du 26 mars 2018, (mise en pièce 3) modifiée par la délibération du 25 mars 2019 (mise en pièce 4), le Conseil Municipal a prescrit la révision du Règlement Local de Publicité (RLP) et définit les modalités de la concertation comme suit :

- Au moins une réunion ;
- Au moins une exposition publique ;
- Mise à disposition du public d'un dossier avec un registre pour recueillir les avis ;
- Mise à disposition d'une adresse courriel et d'une adresse postale pour recueillir les avis ;
- Ouverture d'une page internet sur le site de la commune pour consulter les informations et les documents relatifs au projet de RLP ;
- Autres outils de recueil des avis et des opinions pouvant être développés au fil du projet pour renforcer la participation des acteurs locaux

Modalité de concertation	Date / Période
- Affichage en mairie de la délibération prescrivant la révision du RLP, définissant les objectifs et les modalités de la concertation.	26 mars 2018 5 avril 2018
- Mise à disposition du public d'un dossier de concertation et d'un registre à l'accueil des Services Techniques de la commune.	A partir du 17 décembre 2018 jusqu'à l'arrêt du projet de RLP
- Article consacré au RLP publié dans le bulletin municipal n° 170 du « Roissymag ».	Janvier/Février 2019
- Débat en Conseil Municipal sur les orientations générales du RLP.	28 janvier 2019
- Une réunion associant les Personnes Publiques Associées, les professionnels de l'affichage publicitaire, les habitants, les associations locales et autres personnes concernées :	12 mars 2019
- Affichage en mairie de la délibération modifiant les modalités de la concertation. Insertion de la délibération dans un journal du département.	25 mars 2019 2 avril 2019

- Exposition publique présentant la démarche et le calendrier d'élaboration du RLP, ainsi que les points forts du diagnostic et des orientations du projet.	A partir de mai 2019 jusqu'à l'arrêt du projet de RLP
- Ouverture d'une page dédiée au RLP sur le site Internet de la Ville comportant les pièces du dossier, ainsi qu'une adresse courriel.	A partir de mai 2019
- Une réunion associant les Personnes Publiques Associées, les professionnels de l'affichage publicitaire, les habitants, les associations locales et autres personnes concernées :	8 octobre 2019

- Une première réunion, organisée le 12 mars 2019, a été l'occasion de présenter, sous la forme d'un diaporama, la procédure de révision du Règlement Local de Publicité, le diagnostic territorial et de la publicité ainsi que les orientations retenues pour le projet.
- Une deuxième réunion, organisée le 8 octobre 2019, a permis de présenter, sous la forme d'un diaporama, le zonage et les traductions réglementaires des orientations du Règlement Local de Publicité.
Cette réunion a donné lieu à des échanges sur le zonage et les prescriptions réglementaires.
A l'issue de cette réunion, les professionnels de la publicité extérieure ont présenté des propositions écrites :
- Une exposition publique composée de trois panneaux présentant la démarche et le calendrier d'élaboration du Règlement Local de Publicité, ainsi que les points forts du diagnostic et les orientations du projet a été organisée aux Services Techniques de la commune
- La commune a mis à disposition du public un dossier de concertation comprenant l'ensemble des pièces du projet de Règlement Local de Publicité enrichi au fur et à mesure de l'avancement du projet, ainsi qu'un registre permettant de formuler des observations et des propositions.
Celui-ci n'a reçu aucune observation.
- Une Information périodique sur le site internet de la Ville, permettait au public intéressé de prendre connaissance du dossier de Règlement Local de Publicité et de ses avancées, tout au long de son élaboration.(revisionrlp@roissyenbrie77.fr).
- Un article a été diffusé dans le bulletin municipal « Roissymag » de janvier/février 2019.
- L'ensemble des dispositifs de concertation sur le Règlement Local de Publicité mis en œuvre par la commune de ROISSY-en-BRIE a permis de consulter un large public

2.2.2 consultation des PPA et PPC :

Par courrier du 19 octobre 2020, et suivants, (lettre type en annexe 3 pour la Communauté d'Agglomération Paris – Vallée de la Marne), le maire de Roissy-en-Brie a consulté les Personnes Publiques Associées (PPA) et les Personnes Publiques Consultées (PPC) suivantes :

Personnes Publiques Associées (PPA)	Personnes Publiques Consultées (PPC)
Préfecture de Seine et Marne par la CDNPS	U.P.E
Préfecture de Seine et Marne, avis de la CDNPS	S.N.D.P.E
Sous- préfecture de Torcy	AORIF
DDT préservation espaces naturels, agricoles et forestiers	CLEAR CHANNEL
DDT Service juridique	E.VISIONS
DDT Services énergies, mobilités	STE INSERT
DDT STAC Mousseaux	GIROD MEDIAS
Conseil Régional IDF	OHMYDIODE
Conseil départemental DADT	MPE.AVENIR
Conseil départemental	L'ACARTE
Chambre commerces et Industrie	Association R.E.N.A.R.D
Ile de France Mobilités	S.N.C.F
Centre régional de la propriété forestière	JC Decaux a répondu par ailleurs
Chambre d'agriculture	
Chambre des Métiers & Artisanat	
CC Portes Briardes entre ville et forêt	
SMEP	
CA PVM Aménagement économique	
CA PVM Président	
CC Val Briard	
CA Marne et Gondoire	
Commune de Pontault Combault	
Commune d' Emerainville	
Commune de Croissy Beaubourg	
Commune d'Ozoir la Ferrière	
Commune de Pontcarré	
A noter la réponse de DDT : Nature, Paysages et Sites de Seine-et-Marne	
et : Direction des routes Agence Routière Départementale de Melun/Vert-Saint-Denis	

2.2.3 réponses des PPA :

6 réponses ont été obtenues :

PPA	Dates de réponse	Nature de l'avis
Préfecture de Seine-et Marne Par la DDT 77, Service CDNPS Commission Départementale Nature, Paysages et Sites de Seine-et-Marne	5 janvier 2021 16 décembre 2020 Reçu en mairie le 22 Décembre 2020	<p>Pour la Commission départementale :</p> <p>Il s'agit d'une consultation électronique des 17 décembre 2020 et 10 janvier 2021 comprenant 4 collèges ayant exprimé des avis divers, repris au chapitre 3 ; la liste des 4 collèges et leur composition sont reproduits à la suite de ce premier tableau..</p> <p>Globalement :</p> <p>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.</p> <p>Sous réserve de prendre en considération les éléments indiqués en gras et en italique dans le présent avis, j'émet un avis favorable au projet de règlement local de publicité de la commune de Roissy-en-Brie.</p> <p>Pour le Bureau des procédures environnementales :</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Le nouveau zonage a bien pris en compte le développement économique de la commune.</p> <p>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.</p>
Préfecture de Seine-et Marne Par la DDT 77, Service Energies, Mobilités et Cadre de Vie	5 janvier 2021 Reçu en mairie le 13 janvier 2021	Paysages de France vote contre le projet de RLP de Roissy-en-Brie
Département de Seine-et-Marne Direction des routes Agence Routière Départementale de Melun/ Vert-Saint-Denis	20 novembre 2020 Reçu en mairie le 30 novembre 2020	Avis favorable
Remarque : Un certain nombre de PPA n'ont pas formulé d'avis particulier, mais apparaissent cependant au travers des réponses de la Commission		

Liste des participants et fonctions dans la Commission Départementale
Nature, Paysages et Sites de Seine-et-Marne (Comportant 4 collèges).

PPA (suite)	Dates de réponse	Nature de l'avis
Paris Vallée de la Marne Direction Aménagement Durable		Après consultation de votre projet de révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Roissy-en-Brie, j'émet un avis favorable à celui-ci.
Communauté de communes VAL BRIARD		conclusion valant avis favorable: <i>« le projet de règlement est de nature à réduire les pollutions lumineuses, améliorer les circulations piétonnes au sein de l'espace public, requalifier le paysage des entrées de ville et hiérarchiser l'importance des enseignes ».</i>
Chambre des Métiers et de l'Artisanat Seine-et-Marne		Pas d'observation particulière à formuler

1^{er} collège : Les services de l'État

1

- Mme Brigitte VIAREGGI, Direction départementale des territoires de Seine-et-Marne,
- Mme Jeanne-Marie DEBROIZE, Direction régionale et interdépartementale de l'environnement et de l'énergie (DRIEE) d'Île-de-France,

– M. Jean-Louis AUGER, responsable de l'Unité départementale de l'architecture et du patrimoine de Seine-et-Marne.

2^{ème} collège : Les collectivités territoriales

- Mme Françoise LEFEBVRE, maire de Rubelles,
- Mme Karen SCHNEIDER, adjointe au maire de Champagne-sur-Seine.

3^{ème} collège : Les personnes qualifiées en matière de sciences de la nature, de protection des sites ou du cadre de vie et représentants des associations agréées de protection de l'environnement

- Mme Grégoire DUTERTRE, Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement de Seine-et-Marne,
- M. Richard BEUF, Chambre de commerce et d'industrie de Seine-et-Marne,
- M. Christian MUNIER, association « Paysages de France »,
- Mme Brigitte DELORD, Association « France Nature Environnement » Seine-et-Marne.

4^{ème} collège : Les représentants des entreprises de publicité et des fabricants d'enseignes

- Mme Barbara BLOT, société « MPE AVENIR »,
- M. Laurent MAZAURY, société « CLEAR CHANNEL FRANCE »,
- M. Charles-Henri DOUMERC, Union de la publicité extérieure.

:Résultats :

- Les 3 membres du 1^{er} collège émettent un avis favorable ;
(DDT du 77, DRIEE d'Ile-de-France, Unité départementale de l'architecture et du Patrimoine de Seine-et-Marne) ;
- Les 2 membres du 2^{ème} collège sont divisés :
 - Mme SCHNEIDER, adjointe au Maire de Champagne-sur-Seine ;
émet un avis défavorable ;
 - Mme LEFEBVRE, Maire de Rubelles donne un avis favorable ;
- Les 4 membres du 3^{ème} collège sont divisés :
 - M. MUNIER , pour l'association « Paysages de France » :
« vote contre le projet » ;
 - Mme DELORD pour l'association FNE de Seine-et-Marne, donne un Avis défavorable ;
 - Mme DUTERTRE, CAU du 77 formule un avis favorable ;
 - Mme BEUF, pour la CCI 77, « vote pour le projet » ;
- Les 3 membres du 4^{ème} collège émettent un avis défavorable.
(Sociétés MPE Avenir et CLEAR Channel, UPE).

Au total, sur 13 avis émis, 7 sont favorables (dont 2 avec réserves), 6 défavorable.

2.2.4 réponses des PPC :

PPC	Date de réponse	Nature de l'avis
UPE Union de la Publicité Extérieure	Courrier du 18 janvier 2021	Avis défavorable Pour toutes les raisons détaillées (dans le présent courrier), nous émettons un avis défavorable sur ce projet de règlement local de publicité)..

2.3 Rencontres avec le maître d'ouvrage :

2.3.1 La réunion de présentation :

Elle a eu lieu à la Direction des Services Techniques, 34-36, rue de Wattripont, à ROISSY-en-BRIE le 22 mars 2021.

- Monsieur Christophe LEBAUD, responsable du service urbanisme ;
et

- Mme Patricia CHAMBOLLE, gestionnaire du foncier.

ont présenté les éléments du dossier d'enquête au commissaire enquêteur et précisé les conditions de la révision du RLP.

La période de l'enquête et les dates des 3 permanences ont été convenues en fonction des contraintes de publications dans deux journaux d'intérêt local.

La mise à disposition pour le public, par PUBLI LEGAL d'une borne informatique, devra permettre de consulter le dossier et porter toute observation ou proposition souhaitée.

Le commissaire enquêteur a demandé que du gel hydro alcoolique soit disponible
Ces dates sont rappelées.

Différentes pièces du dossier ont été remises au commissaire enquêteur :

- Copies des délibérations des 26 mars 2018 et 26 janvier 2019;
- L'annexe à la délibération du 1^{er} octobre 2020 comportant en annexe le Bilan de la concertation ;
- Le tome I : Rapport de présentation ;
- Le tome II : Règlement ;
- Le tome III : Annexes ;
- Copies des Avis des PPA ;
- Un plan de zonage au 1/4 000ème
- Un plan de ville.

Une copie des pièces en pdf a été mise sur une clé USB du commissaire enquêteur.

2.3.2 autres entretiens :

Rencontre avec un élu :

Une première rencontre a eu lieu au cours de la troisième et dernière permanence du mercredi 16 juin 2021, avec M. Jonathan ZERDOUN, premier maire adjoint délégué, en charge de l'urbanisme, de l'Environnement, des grands projets et des quartiers.

Elle est relatée au § 2.5.1.3 ci-après.

Une seconde rencontre avec M. Jonathan ZERDOUN, premier maire adjoint a eu lieu à l'occasion de la remise du Procès Verbal de Synthèse en mains propres le 2 juillet 2021.

2.4. Organisation des permanences :

Le choix des dates de permanences , leur lieu, les modalités du registre papier et de l'adresse courriel dédiée, ont fait l'objet de la réunion du 22 mars 2021, et n'ont soulevé aucune difficulté.

Malgré les conditions sanitaires imposées par la Covid 19, la mairie de Roissy-en-Brie a pu fonctionner selon ses horaires habituels :

- du lundi au vendredi : de 09h00 à 12h00 et de 14h00 à 17h00
- le samedi : de 09h00 à 12h00

Ainsi, Il a été convenu d'assurer ces 3 permanences en compatibilité avec les horaires de la mairie de Roissy-en-Brie, rappelés ci-dessus, en salle de réunion du rez de chaussée. des services techniques de la mairie. 34-36, rue de Wattripont, à ROISSY-en-BRIE.

ces permanences ont été fixées aux dates et horaires ci-dessous, comportant le premier et le dernier jour de l'enquête- lundi 17 mai 2021 et mercredi 16 juin 2021-, et une permanence le samedi matin 29 mai 2021.

Permanences	jours	lieu
1 ^{ère} permanence	lundi 17 mai 2021 de 9 h 00 à 12 h00	Direction des Services Techniques, 34-36, rue de Wattripont, à ROISSY-en-BRIE
2 ^{ème} permanence	Samedi 29 mai 2021 de 9 h 00 à 12 h00	
3 ^{ème} permanence	mercredi 16 juin 2021 de 14h00 à 17h00	

2.5.1 Déroulement des permanences en mairie :

2.5.1.1 : 1^{ère} permanence : lundi 17 mai 2021, de 9h00 à 12h00 :

Coïncidant avec l'ouverture d'enquête, elle s'est tenue Aux Services Techniques de la mairie de Roissy-en-Brie, hors mairie, au 35-36 rue de wattripont, lieu du service urbanisme et siège de l'enquête, dans une salle de conférences, au rez de chaussée.

L'affiche de l'Avis d'enquête était bien apposée à droite de l'entrée du service (cf photo en pièce 12).

J'ai été accueilli par Mme Patricia CHAMBOLLE, gestionnaire du foncier.

Un poste informatique était mis à la disposition du public par PUBLILEGAL ; mais son fonctionnement posant problème, il a fallu faire appel à un technicien de PUBLI LEGAL. Comme personne ne s'est présenté lors de cette première permanence, cela n'a donc pas porté préjudice.

J'ai paraphé le registre papier et les pièces du dossier.

Ce dossier mis à la disposition du public comportait bien les pièces suivantes :

- Un Registre papier ;
- Un plan de situation de la commune ;
- Un plan de la commune
- Un Document relié contenant
 - 1)- Note de présentation
 - 2)- Pièces administratives du RLP
 - ✚ 4 délibérations,
 - ✚ Porté à connaissance ;
 - ✚ le, bilan de la concertation) ;
 - 3)- Avis des PPA et PPC
 - 4)- pièces de l'enquête publique
 - ✚ Décision désignant le CE ;
 - ✚ Arrêté municipal du 7avril 2021 prescrivant l'enquête publique
 - ✚ L'Avis d'enquête publique en format A4, en jaune
- 5)- Règlement Local de Publicité arrêté
 - Plan de zonage ;
 - Tome I : RAPPORT DE PRESENTATION ;
 - Tome II : REGLEMENT ;
 - Tome III :ANNEXES
 - Les 4 journaux ayant publié les 4 insertions

j'ai ajouté au dossier :

- Un plan de situation de la commune, qui faisait défaut ; ;
- Un plan 2015/2016 de la commune, avec repère des rues ; ;

;

Les gestes barrières nécessités par la Covid 19 étaient respectés ; la salle est suffisamment grande et bien ventilée, du gel hydro alcoolique a été mis à disposition du public, à ma demande ;

Lors de cette première permanence. qui s'est déroulée sans aucun incident. je n'ai reçu aucun visiteur :

2.5.1.2 : seconde permanence le samedi 29 mai 2021, de 9h00 à 12h00 :

Elle s'est également tenue aux Services Techniques de la mairie de Roissy-en-Brie, , au 35-36 rue de wattripont, lieu du service urbanisme et siège de l'enquête, dans la même salle de conférences, du rez de chaussée.

J'ai été accueilli par Mme Patricia CHAMBOLLE, gestionnaire du foncier.

Un flacon de liquide hydroalcoolique a été mis à disposition dans la salle.

Le poste informatique était bien opérationnel.

Le registre papier ne comportait aucune observation

2.5.1.3 : permanence du mercredi 16 juin 2021 de 14h00 à 17h00

(fin de l'enquête)

Même accueil par Mme Patricia CHAMBOLLE, et même salle.

Le registre papier ne comportait toujours pas d' observation.

J'ai reçu la visite courtoise de M. Jonathan ZERDOUN, premier maire adjoint délégué en charge du Développement urbain, des Travaux, du Cadre de vie et de l'Environnement.

Lors de cette dernière permanence. qui s'est déroulée sans aucun incident. je n'ai reçu aucun autre visiteur :

La boîte courriel de Mme CHAMBOLLE n'a pas reçu les observations 2 à 5 transmises par PUBLILEGAL.

Ces observations et leurs pièces jointes portent les dates et horaires suivants :

- Observation 2 : 16 juin 2021 12h22
- Observation 3 : 16 juin 2021 12h27
- Observation 4 : 16 juin 2021 12h50
- Observation 5 : 16 juin 2021 14h19

Le commissaire enquêteur n'a pu les joindre au registre papier, qu'après les avoir reçues à son domicile en retour de permanence.

Ces contributions -coutumières de dernière limite d'enquête-, toutes légales qu'elles soient dans leurs stricts horaires -ont cependant pour effet pervers de ne pas avoir été lisibles en temps de permanence par tout un chacun avant la clôture de l'enquête, ce qui revient à une incontestable inégalité de fait des droits de chaque citoyen pour prendre connaissance et éventuellement répliquer dans les délais.

Et que dire d'y ajouter : « *nous restons à votre disposition pour une rencontre ou tout complément* » !.

Ces 3 permanences se sont donc déroulées en de parfaites conditions, Lors de cette enquête, au cours de ces 3 permanences ou entretiens, je n'ai donc reçu aucune personne.

Il convient de noter que toutes les personnes qui auraient souhaité rencontrer le commissaire enquêteur, et toutes celles qui auraient souhaité prendre connaissance du dossier d'enquête hors permanences ont ou auraient pu le faire et porté ou pas une observation sur le registre papier mis à leur disposition aux jours et horaires habituels de la mairie, ou sur le poste informatique mis à disposition.

2.6 Visite des lieux:

Il n'y a pas eu de visite des lieux, les divers dispositifs publicitaires couvrant la totalité de la commune, ils étaient visibles au cours des divers déplacements du commissaire enquêteur

2.7 Recueil des Registres et courriers

L'enquête se terminant avec cette troisième permanence je suis reparti à 17h00, heures avec le dossier d'enquête mis à disposition du public et son registre papier unique ;

au retour, J'ai procédé à la clôture de ce registre conformément aux stipulations de l'article R.123-18-1^{er}alinéa du Code de l'environnement et à l'arrêté municipal en son article 8.

J'ai pris connaissance des courriels parvenus sur ma boîte mail (observations Nos 2 à 5 ci-dessus décrites) et compte tenu des horaires compatibles constatés, les ai joints au registre papier (y compris les images sans autre intérêt que d'épuiser les cartouches couleurs de l'imprimante..

L'ensemble du dossier, du registre et documents annexés sont joints au dossier d'enquête.

2.8 Bilan comptable :

Le registre papier, mis à la disposition du public en mairie (services techniques) ne comporte donc que les 5 observations reçues sur le registre électronique et les pièces diverses qui y sont associées, ; ils ont été agrafés au registre papier en observations 1 à 5.

- Observation 1 courriel UPE du 16 juin 2021 avec courrier et contribution à la révision de 35 pages
- Observations 2-3-4 courriels de JC Decaux avec courrier d'accompagnement (2 pages) et logos bleus (?) annexés.
- Observation 5 de l'association RENARD (courriel de 4 pages)

Aucun courrier n'a été reçu en mairie à mon attention.

2.9 réunion publique :

Il n'était pas prévu de réunion publique, d'ailleurs personne n'en a demandé en cours d'enquête.

2.10 Remise du Procès Verbal de synthèse

Compte tenu de la période électorale (régionales et départementales) il n'était pas possible de respecter la règle de remise en mains propres du Procès verbal de synthèse dans les 8 jours après la fin de l'enquête.

Cependant, au huitième jour après la fin de l'enquête , j'ai adressé le recueil de l'ensemble des observations formulées, par courriel du 24 juin 2021, au format word, au service urbanisme de Roissy-en-Brie à l'attention de Mme CHAMBOLLE-gestionnaire du foncier- dans une présentation permettant et facilitant le mémoire en réponse

Compte tenu de ces élections, une réunion de remise effective en mains propres du procès-verbal de synthèse des observations n'a pu être calée qu'au vendredi 2 juillet 2021.

Le Procès Verbal de synthèse proprement dit 2ème exemplaire, du 23 février 2021, signé pour Monsieur le Maire de Roissy-en-Brie, par M. le 1^{er} maire adjoint est mis en Annexe 1.

2.11 Mémoire en réponse :

Le mémoire en réponse provisoire nous a été adressé par courriel le samedi 3 juillet 2021, et sa version papier (provisoire) le 5 juillet 2021. Sa version définitive, réclamée téléphoniquement le 13 juillet 2021 et par courriel le 15 juillet 2021 n'était pas parvenue au moment de clore le présent rapport.

Cette version définitive relancée en dernier ressort par appel téléphonique auprès du consultant en réglementation de la publicité extérieure,(M. Jean-Claude SACCOCCIO, rédacteur du projet) à donné lieu à une promesse le 16 juillet 2021 d'essayer de m'obtenir par courriel la levée des parties provisoires (surlignées en jaune). N'ayant rien reçu, et clôturant mon rapport ce même 16 juillet 2021, c'est à la version papier provisoire (qui est mise en annexe 2) que répondent mes appréciations de commissaire enquêteur.

2.12 Réunion de Synthèse :

Compte tenu de ces réponses, relativement satisfaisantes en l'état, il n'y a pas eu de réunion de Synthèse (il n'était d'ailleurs plus temps de l'organiser dans le délai de remise du rapport).

CHAPITRE 3

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 et courriels 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 registres-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 valant présentation de l'UPE

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 se 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'Etat :

- La Commission Départementale Nature, Paysages et Sites de Seine-et-Marne (CDNPS)
- Le service Energies, 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 :

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.

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 :

Il est noté que la demande de la de la Commission Départementale (CDNPS) sera prise en compte:

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

Il est noté que la demande de la de la Commission Départementale (CDNPS) sera prise en compte:

3.3.1c Sur 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.

3.3.1c1 Réponse du Maître d'ouvrage :

- *Proposition de rédaction de l'article ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.*

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 destiné aux abris voyageurs. »

3.3.1c2 Appréciation du commissaire enquêteur

Il a été noté une proposition de faire coïncider les horaires d'extinctions avec ceux des horaires de fermeture des établissements (cf § 3.3.2d2 ci-après) :

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.

3.3.1d sur 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.

3.3.1d1 Réponse du Maître d'ouvrage :

- *Proposition de rédaction de l'article ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.*

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 :

Cette interdiction des enseignes numériques est bien notée, mais qu'en sera-t-il à l'avenir, quand le numérique deviendra la règle générale ?

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.

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 :

- *Proposition de rédaction de l'article ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.*

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 destiné aux abris voyageurs. »

3.3.1e 2 Appréciation du commissaire enquêteur

Les remarques de la Commission Départementale (CDNPS) paraissent logiques ; il n'y est pas donné suite ; dommage...

**3.3.2 Remarques du Service Energies, 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 :**

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, mais on fait l'objet d'un traitement pas nécessairement identique.

Le territoire urbanisé 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 inexacte, 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.

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 :

Ces erreurs matérielles doivent effectivement être corrigées ; cela montre l'intérêt que la DDT Service Energies, a porté à l'examen attentif du dossier

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.

3.3.2b1 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 :

Il est bien noté la prise en compte des modifications à apporter à l'annexe graphique et le besoin d' l'intégration *d'un **chapitre V** pour les dispositions spécifiques applicables en zone ZP4* ».

Il n'est pas répondu quant au recensement des dispositifs en infraction et nécessitant d'être repris sinon supprimés. Même si la commune de ROISSY-en-BRIE est peu impactée par la publicité, il faut tenir compte du nombre de dispositifs qui est de 1176 enseignes identifiées (1193 en 2021 et 1273 dispositifs en 2019), Un recensement de l'ensemble de la publicité et des enseignes existantes sur le territoire de ROISSY-en-BRIE avait été réalisé, en Novembre 2018. Les dispositifs avaient été photographiés et geo-référencés ; cela peut-il être facilement exploité pour le but recherché ? sinon la tâche n'apparaît pas aisée pour les 182 commerces et services répartis sur la commune et les 34 entreprises publicitaires exploitants sur le territoire, (96 dispositifs, diffusant 96 affiches (58 scellés au sol, 25 sur clôture, 12 sur mur de bâtiment, 1 sur vitrine).b

3.3.2c sur 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

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.

3.3.2c1 réponse du M.O:

- **Proposition de rédaction des articles ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.**

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

Le MO doit également s'engager à supprimer le terme « raison sociale » dans les articles II.2.3 et IV.2.3

Par ailleurs il pourrait ne pas interdire les bâches comme la DDT le lui suggère.

3.3.2d sur les 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.

3.3.2d1 réponse du M.O :

- *Sans suite*

3.3.2d2 appréciation du commissaire enquêteur :

Le MO admet donc qu'en absence de dispositions édictées en zones ZP2 et ZP3 pour les enseignes sur bâti, c'est le Règlement National qui s'appliquera.

Par ailleurs, la DDT revient sur les extinctions (cf supra 3.3.2d) qui indiquait :

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.

Il semble effectivement plus simple de faire coïncider l'extinction avec la fermeture du commerce , ou sinon de choisir des horaires bien fixes.

3.3.2e remarques diverses

3.3.3e1 réponse du M.O :

- *Sans suite*

3.3.3 e2 appréciation du commissaire enquêteur

Remarques non formulées

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 :

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.

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 :

- **Proposition de rédaction de l'article ci-dessous sur la surface de la publicité à soumettre aux membres du COPIL.**

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 :

La position de la COPIL eût été utile ; elle n'a pas été apportée.

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 (« 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.

3.3.g1 réponse du M.O :

ZP4 Gare SNCF :

- **Proposition de rédaction en ZP4 sur la surface de la publicité à soumettre aux membres du COPIL.**

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

3.3.3g2 appréciation du commissaire enquêteur :

L'inter distance de 100 mètres entre chaque dispositif n'est pas repris par le MO, mais, il ne confirme pas pour autant son choix précédent : « Un intervalle de 200 mètres devra être respecté entre chaque dispositif installé sur le domaine privé ou public, (mais séparé par une voie routière ».

Il serait bon de préciser la distance retenue pour éviter des discussions ultérieures.

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 :

Même appréciation que supra (3.3.2d on peut ne pas interdire les bâches).

Il faut conserver la possibilité de mettre en œuvre, au cas par cas, des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles (notamment à l'occasion de manifestations exceptionnelles) ; ce qui est prévu à l'article L581-9 du code de l'environnement.

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

Il en est pris note à nouveau.

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

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

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

3.3.3j1 réponse du M.O:

Proposition de rédaction de l'article ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.

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

Le MO reprend donc la suggestion proposée.

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 employées

3.3.3k1 réponse du M.O:

Proposition de rédaction de la définition ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.

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

La définition au glossaire est donc bien reprise par le MO.

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.

I - 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 pré enseignes 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:

Proposition de rédaction de l'alinéa ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.

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

Sauf à avoir apporté la référence au code de l'environnement, le MO se contente d'en reprendre le libellé sans préciser s'il entend ou pas satisfaire la demande de l'UPE *« de modifier en ce sens les dispositions précitées du préambule du projet de règlement »*.

Donc réponse insuffisante, sinon incomplète.

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 rebus de matériels, ce qui s'avère contraire à une logique de réduction des déchets et à une politique de développement durable.

Dans ces conditions, nous demandons la suppression de cette obligation. Ainsi, il conviendra de modifier en ce sens l'article 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 :

S'il apparaît que la suppression de bon nombre de dispositifs publicitaires sont conformes à la réglementation nationale. Il semble qu'il s'agisse moins d'un prétexte de limiter les déchets que d'éviter des coûts qui sont ressentis comme inéquitables.

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 :

« Lorsque elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsque 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

La sécurité des manipulations reste cependant à prendre en compte, mais concernant la demande particulière il n'est pas justifié d'interdire purement et simplement des dispositifs repliables, s'ils ne portent pas, ou peu, atteinte à une certaine pollution visuelle.ni aux véhicules circulant

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

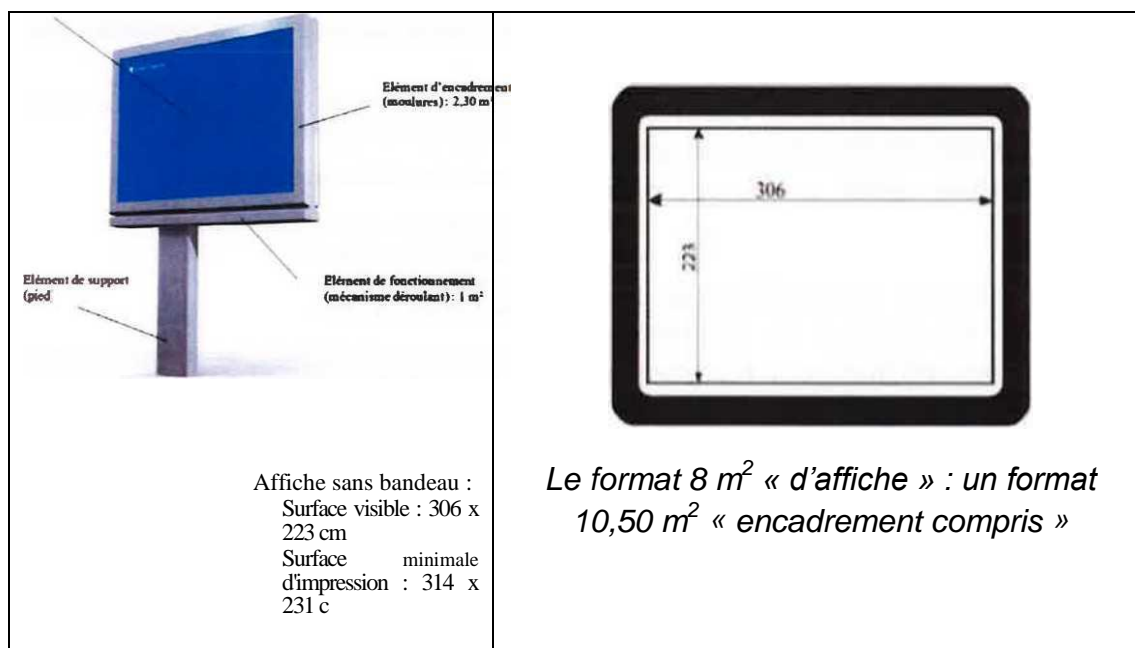
peut bénéficier d'une offre commerciale dite « grand format » jusqu'à 12 m² dans la mesure où elle compte plus de 10 000 habitants. En effet, l'article R581-26 du code de l'environnement prévoit que :

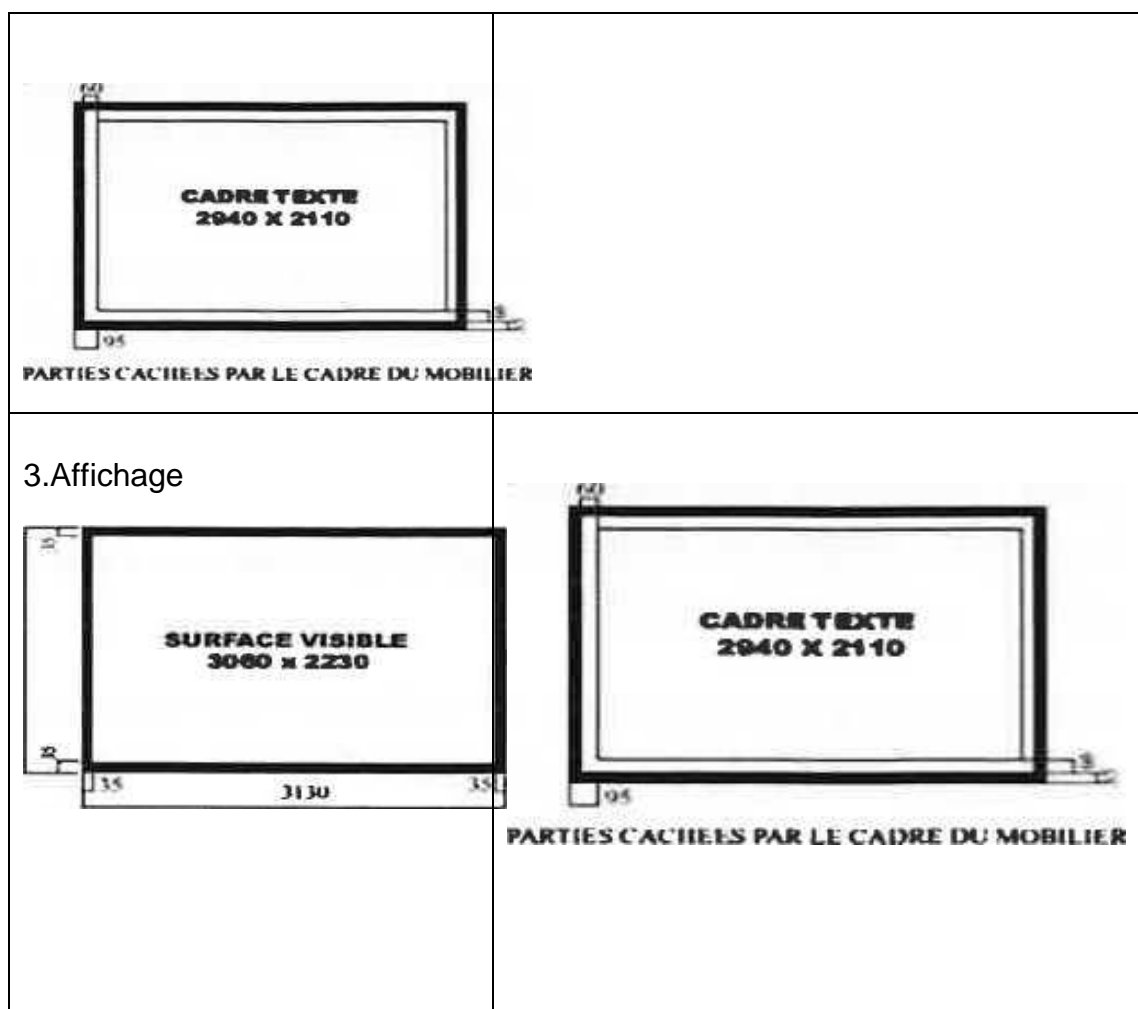
« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou 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-solidaire.tzouv.fr/reulementation-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 esthétique. 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:

- Proposition de rédaction de l’article ci-dessous sur la surface de la publicité à soumettre aux membres du COPIL.

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

La solution reprise par le MO « Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m² maximum » qui satisfait le demandeur est donc à retenir.

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 foncière. 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.*

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 :

<ul style="list-style-type: none"> ■ Surface unitaire du dispositif ■ Hauteur ■ Linéaire de l'unité foncière ■ Densité 	8 m² maximum 6 mètres maximum supérieur à 55 mètres 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 :

<ul style="list-style-type: none"> • Surface unitaire du dispositif * Hauteur ■ Densité 	8 m² maximum 6 mètres maximum Un dispositif par unité foncière
---	--

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 Hauteur Linéaire de l'unité foncière Densité	8 m² maximum 6 mètres maximum supérieur à 100 mètres Un dispositif par unité foncière
--	---

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

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.

3.3.3e2 appréciation du commissaire enquêteur :

Le MO peut à bon droit souhaiter pour sa commune différencier les zones qu'il a définies.

pour «intégrer la publicité dans un environnement économique tout en préservant la signalisation des différentes activités économiques locales ».

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 :

- *Proposition de rédaction en ZP4 sur la surface de la publicité à soumettre aux membres du COPIL.*

√ *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 « côte à côte », simple ou double face, n’excédant pas une surface unitaire de 2 m²

3.3.3f2 appréciation du commissaire enquêteur :

Même appréciation que supra (3.3.3g2) : [L’ Inter distance de 100 mètres entre chaque dispositif n’est pas repris par le MO, mais ne confirme pas pour autant son choix précédent : « Un intervalle de 200 mètres devra être respecté entre chaque dispositif installé sur le domaine privé ou public, (mais séparé par une voie routière ».Il serait bon de préciser la distance retenue pour éviter des discussions ultérieures].

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

Même appréciation que supra (3.3.2d on peut ne pas interdire les bâches).

Des manifestations exceptionnelles peuvent justifier le déploiement de dispositifs eux-mêmes exceptionnels. Il semble donc légitime de répondre favorablement au demandeur, en conservant la possibilité de mettre en œuvre, au cas par cas, des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles », ce qui est prévu à l'article L581-9 du code de l'environnement.

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

Demande déjà prise en compte *Les réglementations connexes seront supprimées de l'annexe*

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 bâtis 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'Etat (décision du 2 mars 1990, « Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports c/Société Publi-System », N° 68134). Cette décision précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie, et leur positionnement par rapport au bâti.

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

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

3.3.3i1 réponse du M.O:

Proposition de rédaction de l'article ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.

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

Cette reprise de rédaction est bien confirmée par le MO.

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:

Proposition de rédaction des définitions ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.

ANNEXE 2 Glossaire

- *Clôture aveugle : Se dit d'une clôture qui ne comporte aucune ouverture.*
- *Publicité lumineuse : Publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement créée à cet effet*

3.3.3j2 appréciations du commissaire enquêteur

« aucune ouverture » ou « laissant passer la lumière » bon !

Pour la publicité lumineuse, le MO aurait pu compléter la phrase par « ... à cet effet : éclairage direct, lettres découpées composées de tubes néon. »

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.

Appréciation complémentaire du commissaire enquêteur :

Le requérant exprime un avis général défavorable, ce qui est son droit le plus strict ; cependant j'observe que le MO a répondu favorablement à bon nombre des demandes ou propositions formulées.

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) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe et réunit des 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 :

RE1 éléments de présentation- Préambule :



Roissy-en-Brie

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

REMARQUES 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, mars 2021**) 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 Federation 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'esthétisme et d'extinction pour une meilleure intégration urbanistique des dispositifs publicitaires.

R.E 1.1.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

L'UPE expose à bon droit l'utilité et les impacts de la publicité extérieure (qualifiée de média local le plus puissant...et privilégié). Elle demande que l'on soit conscient que « Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex TLPE), ni pour l'emploi local ». Elle craint que la mise en conformité

des dispositifs au regard du RLP proposé entraînant de très nombreuses déposes
 " ... entraînant irrémédiablement la destruction d'une activité économique ».

Dans ses propositions l'UPE préconisait :

« 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 ».

en complément de l'appréciation au §3.3.3d2 : « La solution reprise par le MO « Surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) : 10,50 m² maximum » qui satisfait le demandeur est donc à retenir », Je retiens que ces quelques centimètres ne portent effectivement pas une atteinte grave à l'environnement et évitent en revanche des déchets (rebuts) et des coûts inutiles)..

Le MO, se basant sur la campagne de novembre 2018 ayant permis de photographier et géo-localiser tous les dispositifs répertoriés sur la commune, ramène cependant ces contraintes à un nombre plus réaliste et donc moins pénalisant.

De ce fait, le maintien de la position du MO trouve une légitime justification pour ,
 « limite(r) les formats et fixe(r) des règles d'esthétismes et d'extinction pour une meilleure intégration urbanistique des dispositifs publicitaires ».

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 Appréciation du commissaire enquêteur :

Déjà répondu sur l'étude d'impact

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.

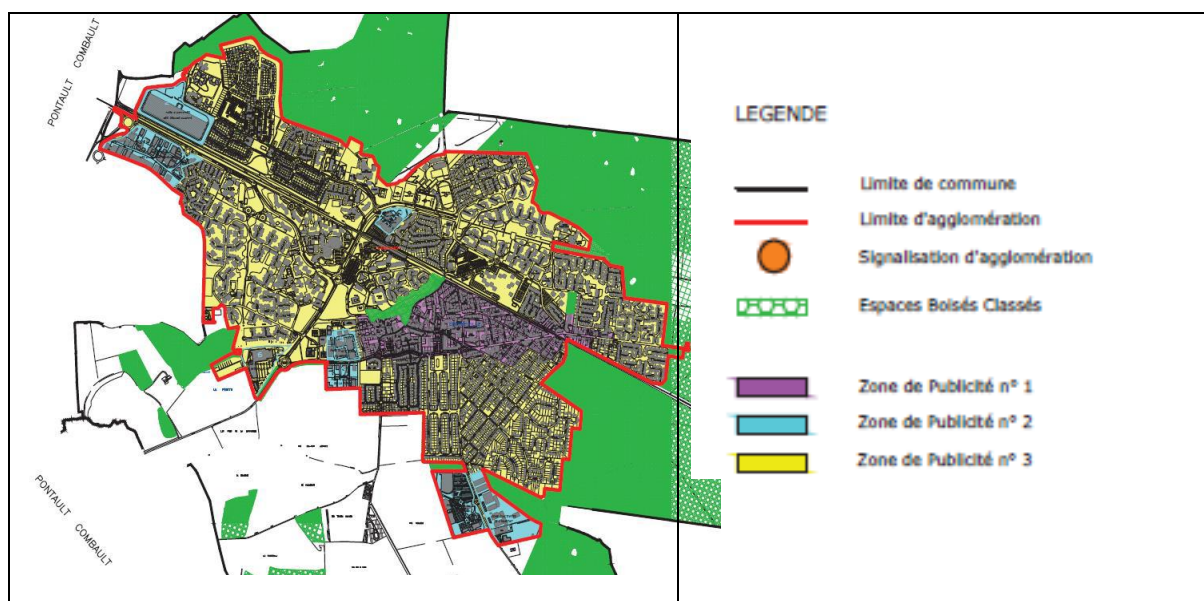
R.E 1.3.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

Sur les passerelles, le problème avait été exposé par le requérant dans le cadre de la consultation des PPA/PPC ;

rappel de l'appréciation apportée au § 3.3.3c2 :

« La sécurité des manipulations reste cependant à prendre en compte, mais au cas de la demande particulière il n'est pas justifié d'interdire purement et simplement des dispositifs repliables si ainsi, ils ne portent pas, ou peu, atteinte à une certaine pollution visuelle ».

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 foncière. 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 :

Le requérant sous entend une volonté municipale, par « une interdiction déguisée.... de supprimer une activité économique dans des espaces où la communication extérieure doit pourtant avoir toute sa place,. ».

Le commissaire enquêteur lui en laisse toute la responsabilité.

Par ailleurs, il entend que « 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 foncière »

La municipalité peut vouloir s'écarter du Règlement National s'il trouve qu'il « ne répond pas suffisamment aux attentes de la commune ».sinon il ne serait pas justifié d'établir des Règlements locaux.

RE 1.5 sur la 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-Arpens 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>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</p> <p>De plus, la communication extérieure trouve</p>	<p>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</p>

<i>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>	
--	--

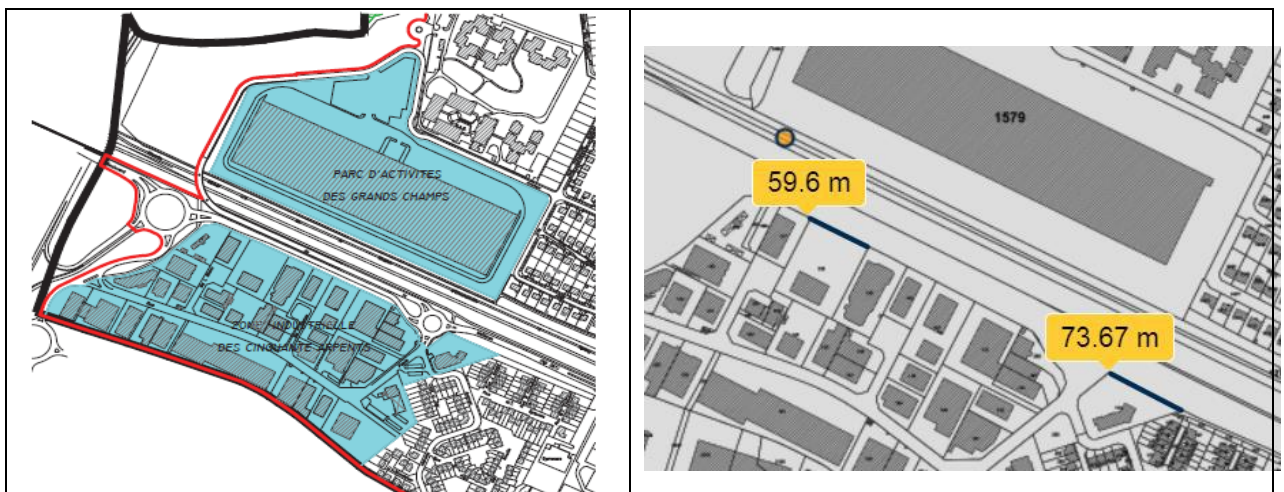
R.E.1.5.1 Réponses du Maître d'ouvrage :

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

R.E 1.5.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

Il s'agit du même principe des choix d'une commune, donc même appréciation que ci-dessus.

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)

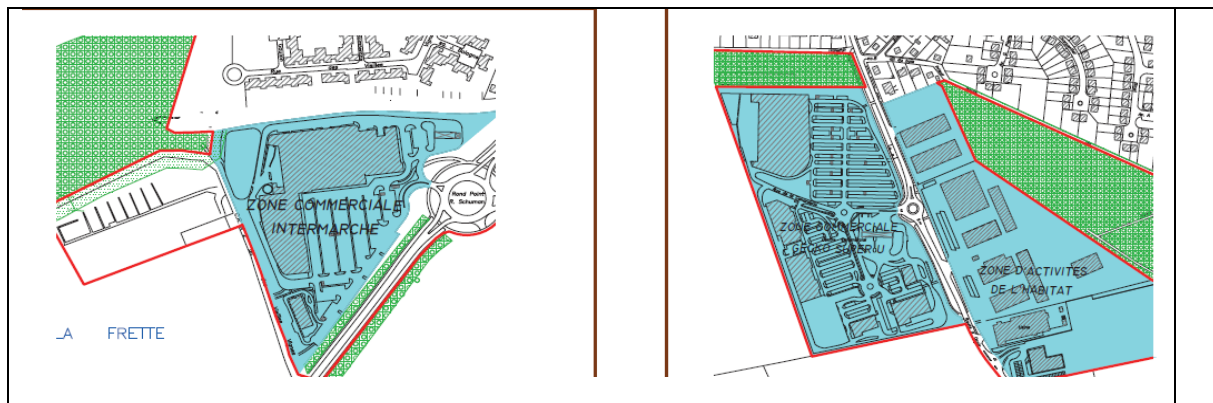
R.E 1.6.2 Appréciations du commissaire enquêteur :

Il s'agit du même principe des choix d'une commune, donc même appréciation que ci-dessus

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 :

Il s'agit du même principe des choix d'une commune, donc même appréciation que ci-dessus

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

Problématiques :

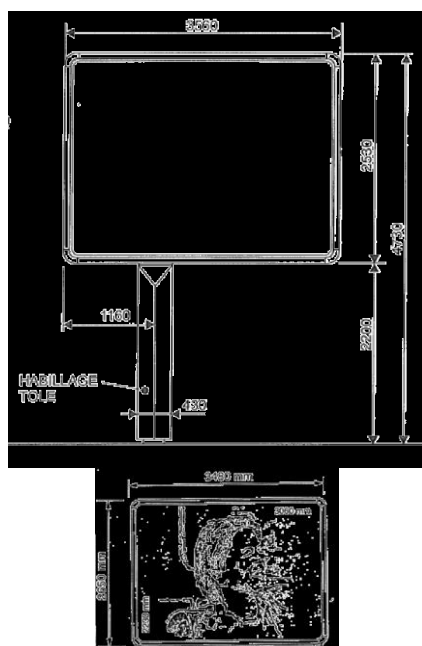
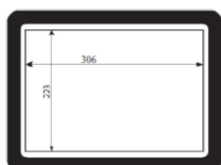
La communication extérieure est devenue une véritable activité industrielle dont la logistique a été uniformisée dans l'ensemble du territoire. La conception des dispositifs publicitaires et des formats d'affiches utilisés est standardisée. Partant d'une affiche uniforme et standard, chaque opérateur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

Dimensions pouvant varier suivant design et modèle de chaque opérateur

Affiche sans bandeau :

Surface visible : 306 x 223 cm

Surface minimale d'impression : 314 x 231 cm



Propositions :

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.

Exemples de RLPi

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 ».

EPT Grand Paris Seine Ouest 2019 : « leur surface unitaire est limitée à 8 m² d'affichage et à 10 50 m² avec encadrement ».

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 raisonné 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.1.8.1 Réponse du Maître d'ouvrage :

- **Proposition de rédaction de l'article ci-dessous sur la surface de la publicité à soumettre aux membres du COPIL.**

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 :

Sujet déjà traité supra (au § 3.3.3d1 pour la ZP2 et au § 3.3.3f1 pour la ZP4 de la gare) :

Avec : « Je retiens que ces quelques centimètres ne portent effectivement pas une atteinte grave à l'environnement et évitent en revanche des déchets (rebuts) et des coûts inutiles ».

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

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

RE 1.9 sur la zone de publicité 3 :

- ✓ 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 raisonné 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 :

Le requérant expose ses remarques pour la zone de publicité 3 et généralise l'interdiction , de toute publicité sur toute la commune par le projet présenté: « 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 ».

Le MO répond pour la zone ZP 2 et rappelle que pour la ZP3 : « , les axes structurants traversent des secteurs d'habitat où la publicité n'a pas sa place (ZP3) ».

et ci-après on observera la réponse positive du MO pour la zone 4 de la gare....

Le dialogue doit donc se poursuivre, car pour autant le requérant a le droit de souligner que :

« 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 » **la suite** « via un format standard et uniforme pour l'ensemble de la filière » **relevant de sa proposition.**

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 :

- **Proposition de rédaction en ZP4 sur la surface de la publicité à soumettre aux membres du COPIL.**

✓ *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 :

La réponse du MO donne satisfaction au demandeur.

RE 1.11 sur les observations complémentaires :

RE 1.11a sur les codes mis en annexes

<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> <ul style="list-style-type: none"> • <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><i>Propositions :</i></p> <p><i>Dans ces conditions, nous préconisons de supprimer ces références.</i></p>
---	---

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 :

Déjà pris en compte et apprécié supra

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

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

Proposition de rédaction des définitions ci-dessous à soumettre aux membres du COPIL.

ANNEXE 2 Glossaire

Clôture aveugle : Se dit d'une clôture qui ne comporte aucune ouverture.

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

Déjà pris en compte et apprécié supra

RE 1.11c Autres considérations :

<p><i>Problématiques :</i> <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> <ul style="list-style-type: none"> • <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><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 :

Déjà pris en compte et apprécié supra.

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 : 2 **Date de dépôt :** 16/06/2021 **Heure de dépôt :** 12:22 **Valide :** ☒ **Modéré :** ☐

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 EUGENE HENAFF

Cedex : 94400 **Ville :** VITRY-SUR-SEINE

Email : barbara.blot@jcdecaux.com **Téléphone :** 06.60.47.81.27

Fichier :

Numéro : 3 **Date de dépôt :** 16/06/2021 **Heure de dépôt :** 12:27 **Valide :** ☒ **Modéré :** ☐

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 EUGENE HENAFF

Cedex : 94400 **Ville :** VITRY-SUR-SEINE

Email : barbara.blot@jcdecaux.com **Téléphone :** 06.60.47.81.27

Fichier : COURRIER EMQUETE PUBLIQUE ROISSY EN BRIE.pdf

EP21151 1/3

MD ROISSY EN BRIE - REVISION RLP

Numéro : 4 **Date de dépôt :** 16/06/2021 **Heure de dépôt :** 12:50 **Valide :** ☒ **Modéré :** ☐

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 souhaite une bonne réception.

Veuillez agréer, Monsieur le Commissaire-enquêteur, l'expression de mes salutations distinguées.

Barbara BLOT
Responsable Régional Développement et Patrimoine

JCDecaux - Direction Générale Territoires et Institutions
10, rue Eugène Hénaff - 94400 Vitry-sur-Seine - France
Mobile : + 33 (0)6 60 47 81 27 - www.jcdecaux.com

[Attached image - No description set]

[cid:image002.png@01D5F799.41E7B9A0] [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 ne doivent être communiquées qu'à la(les) personne(s) indiquée(s) ci-dessus. 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 **Ville :**

Email : barbara.blot@jcdecaux.com **Téléphone :**

Fichier : image001.jpg

EP21151 2/3



1

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 **entièrement 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

2

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

JCDecaux France

Siège Social : 17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France - Tél. : +33 (0)1 30 79 79 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 64 42

www.jcdecaux.com

Société par Actions Simplifiée au capital de 7 022 549,69 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501

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 dela 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

Il est bien noté que ...si l'article I.1.9 du RLP précise que la publicité numérique est interdite et ce, sans préciser le cas du mobilier urbain,. Il est clair que

ee MO ne donne pas entière satisfaction aux demandes du requérant, en ne prenant pas en compte cette publicité numérique ; le seul critère de la facture énergétique le justifie-t-il quand l'éclairage proprement dit par transparence est maintenu ?

Je note par ailleurs que l'article de référence cité par le requérant (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 ») n'est pas repris par le MO.

RE 5 observations de l'association « RENARD »

MD ROISSY EN BRIE - REVISION RLP	
Pièce(s) jointe(s) :	image001.jpg image002.png image003.png image004.png image005.png image006.png COURRIER EMQUETE PUBLIQUE ROISSY EN BRIE.pdf
Code postal :	0
Email :	barbara.blot@jcdcaux.com
Número :	5
Date de dépôt :	16/06/2021
Heure de dépôt :	14:19
Observation déposée par email :	<input type="checkbox"/>
Modéré :	<input type="checkbox"/>
Observation :	<p>Observations du RENARD sur l'enquête publique portant sur la révision du règlement local de publicité de la commune de Roissy-en-Brie</p> <p>À l'attention de Monsieur Jacky HAZAN</p> <p>Monsieur le Commissaire-enquêteur,</p> <p>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.</p> <p>Nous restons à votre disposition pour une rencontre ou tout complément.</p> <p>Le président, Philippe ROY - 06 45 61 42 27 -</p>
Pièce(s) jointe(s) :	REP-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

Habilitée 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 :

Le requérant demande « que les enseignes, pré-enseignes et publicités illégales qui ont pu disparaître soient précisées et connues ». **Est-ce bien une tâche dévolue à la commune ?**

L'assertion « Nous trouvons très dommage que les exemples de dispositifs insérés dans le projet de règlement ne correspondent pas à des exemples locaux. » **n'est pas comprise ; les illustrations très nombreuses au dossier n'ont pas été photographiées ailleurs ! (elles l'étaient dans le cadre d'un recensement de novembre 2017 pour géo-localisation de tous les dispositifs sur la commune).**

L'arrêté municipal du 7 avril 2021 est bien au dossier en pièce 4.2 dans le document général intitulé « Dossier soumis à l'enquête publique » qui regroupe sous même reliure :

- 1. Note de présentation ;
- 2. pièces administratives du RLP ;
- 3. Avis des PPA et PPC ;
- 4. Pièces de l'enquête publique dont le 4.2, etc....

Si le plan « *d'implantation des panneaux réservés à l'affichage associatif et d'opinion* » ne figure pas au dossier RLP, les textes régissant la composition de celui-ci ne le requièrent pas.

Le Règlement Local de Publicité respecte bien l'article R.581-22 du code de l'environnement qui impose de comprendre à minima :

- un rapport de présentation ;
- une partie réglementaire ;
- des annexes, comprenant un arrêté municipal fixant les limites du territoire et un plan graphique

Par ailleurs, la commune dispose de nombreux panneaux d'affichage et 3 panneaux électroniques

L'arrêté municipal du 7 avril 2017 liste :

- en son article 2 les 16 panneaux réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ;
- en son article 3, les 24 panneaux réservés à l'affichage administratif.

Le requérant demande de « recevoir copie des réponses portées dans le registre papier. ».

L'article 7 de l'arrêté municipal du 7 avril 2021 précise « Les observations du public sont communicables aux frais de la personne qui en fait la demande pendant toute la durée de l'enquête ». L'intéressé pouvait donc y procéder.

Dans ces conditions, je comprends que le MO se contente de rappeler la dévolution juridique de son RLP.

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 :

L'ensemble des points relevés par le requérant témoigne de sa lecture attentive auxquels le MO répond largement. Certaines remarques portent sur la lisibilité des cartes présentées. Certes il eût été plus agréable de choisir des formats A3 repliés pour une meilleure clarté des cartes des pages 25 et 34, voire 35, 39, 44, et 57

Comme indiqué précédemment, la commune ne pouvait à la date de réalisation du dossier, recenser tous les dispositifs nécessitant une mise en conformité ; Les délais pour y procéder, ont été exprimés à diverses reprises.

Quant à la zone ZP4, site de la gare, il est bien noté que « *. Le règlement et le rapport de présentation feront l'objet de corrections de textes. Le zonage sera également corrigé.* ».

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

« L'arrêté définissant les emplacements réservés à l'affichage associatif et d'opinion doivent être joints au dossier soumis à enquête publique ».

Cf au § RE 5.1.2 L'arrêté municipal du 7 avril 2017 liste :

- en son article 2 les 16 panneaux réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif ;
- en son article 3 les 24 panneaux réservés à l'affichage administratif.

Il n'y avait aucune obligation qu'il figurât au dossier et donc aucune justification « de soumettre le projet de RLP à une nouvelle enquête publique, dès qu'il aura été amendé ».

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

:

Il est pris note de la prise en compte de la demande, mais elle ne reprend pas in extenso la reprise des plans « excluant (les) zones ZP les zones N et les EBC

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 limitée 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 appréciation du commissaire enquêteur

Il est noté que l'observation n'est pas retenue pour la zone ZP3,

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 appréciation du commissaire enquêteur :

Cette demande aurait pu obtenir une réponse du MO, car elle va dans le sens des préoccupations de la commune :

- Lutter contre la pollution visuelle ;
- Maîtriser l'affichage publicitaire ;
- Supprimer les dispositifs incompatibles avec la qualité paysagère des lieux.

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

Cette suggestion aurait pu être retenue, ces objets flottants pouvant être non seulement gênants pour les riverains, mais également dangereux.

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 22h

RE 5.8.1 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.*

RE 5.8.2 appréciation du commissaire enquêteur

Déjà commenté à diverses reprises

la Commission Départementale Nature, Paysages et Sites de Seine-et-Marne (CDNPS) :avait fait remarquer (§ 3.3.1) :

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.

et il était apprécié (au § 3.3.1e2): les remarque de la Commission Départementale (CDNPS) paraissent logiques ; il n'y est pas donné suite

RE 5.9 sur La notion de voie publique

Il manque le texte support, mais ce thème avait été évoqué dans le cadre de la consultation des PPA/PPC

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

La réponse du MO est néanmoins bien reprise, et appelle la même appréciation déjà formulée supra :

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.*

RE 5.10 appréciations du commissaire enquêteur

Les 3 permanences auraient pu permettre à l'intéressé d'y participer ; à défaut, il eut été possible d'organiser une rencontre , mais à condition qu'elle ne soit pas sollicitée enquête terminée !

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-mériterait 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, JC DECAUX et l'association « RENARD »

CHAPITRE 4

Examen du dossier d'enquête et

Appréciations du commissaire enquêteur sur le projet de Révision du RLP de la commune de Roissy-en-Brie (Règlement Local de Publicité)

4. Examen du dossier d'enquête et Appréciations du commissaire enquêteur sur le **Projet de Révision du RLP (Règlement Local de Publicité)**

4.1 Préambule :

il faut noter que ce projet est l'expression du choix de la commune de se doter d'un RLP opposable, tenant compte de l'évolution des textes et de l'état des installations : panneaux, enseignes, pré enseignes, bâches etc.. dont l'ensemble représente plus de 1176 dispositifs.

les modalités d'extinction des dispositifs lumineux seront également définies.

4.2 Cadre général dans lequel s'inscrit le projet :

Le projet s'inscrit dans le cadre du Règlement National de Publicité qui relève des dispositions législatives des articles L.581-1 et suivants, et réglementaires : articles R.581-1 et suivants- du code de l'environnement.

Le RLP de la commune peut être en divers points plus restrictif que le règlement national.

4.3 Analyse des divers documents du dossier :

Le document relié intitulé « DOSSIER SOUMIS A ENQUETE PUBLIQUE » liste et relie à la suite sans onglets séparateurs, (nous les avons posés pour s'y retrouver), les pièces du dossier, et comprend, comme : porté au § 1.8.1

1 - NOTE DE PRESENTATION :

- 1.1 Note sur le cadre juridique de l'enquête publique sur le projet de révision du RLP.

2 - PIECES ADMINISTRATIVES du RLP

Ce document relié regroupe à la suite et sans séparations:

- 2.1 Délibération du 26/03/2018 prescrivant la révision du règlement local de publicité, fixant les objectifs et les modalités de la concertation ;
- 2.2 Porté à connaissance de l'Etat ;
- 2.3 Délibération du 28/01/2019 prenant acte de la tenue du débat sur les orientations du RLP
:
- 2.4 Délibération du 25/03/2019 modifiant les modalités de la concertation
- 2.5 Délibération du 29/09/2019 arrêtant le projet de RLP et tirant le bilan de la concertation.
 - Le porté à connaissance.
 - Annexe à la délibération, bilan de la concertation
 - Partie 1 : contexte et modalités de la concertation.
 - Partie 2 déroulement de la concertation.
 - Partie 3 : traitement des remarques formulées.
- 2.6 Bilan de la concertation

- (non indiqué) :annexe à la délibération-Bilan de la concertation.
- Partie 4 : Bilan de la concertation.(proprement dit)

3 - AVIS DES PERSONNES PUBLIQUES ASSOCIEES :

Concernant la liste ci-dessous :

- 3.0 Etat récapitulatif de la consultation des Personnes Publiques Associées et consultées :
- 3.0.1 Avis de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat du 16/11/ 2020.
- 3.0.2 Avis de la Communauté de Communes du Val Briard du 23/11/2020.
- 3.0.3 Avis du Conseil Départemental de Seine-et-Marne du 26/11/ 2020.
Il ne s'agit que de l'Avis de la Direction Générale Adjointe de l'Environnement, des Déplacements et de l'Aménagement du Territoire – Direction des routes
- 3.0.4 Avis de la Communauté d'Agglomération Paris Vallée de la Marne du 06/01/20212020.
- 3.0.5 Avis de la Préfecture de Seine-et-Marne du 11/01/2021.
Il s'agit de l'avis du Service Energie, Mobilités et Cadre de vie
- 3.0.6 Avis de la Préfecture de Seine-et-Marne du 11/01/2021
Il s'agit de l'Avis de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites en date du 19/01/ 2021.
- 3.1 Etat récapitulatif de la consultation Personnes Publiques Consultées
- 3.1.1 Avis de l'Union pour la Publicité Extérieure (UPE) du 18 /01/2021;
- Rapport de la DDT du 7 décembre 2020.
- Avis de l'Etat du 28 décembre 2020.
- Courriel de l'association Renard en date du 14 février 2021 et réponse de la commune à l'association Renard en date du 10 mars 2021.

4 - PIECES DE L'ENQUETE PUBLIQUE:

- 4.1 Arrêté d'enquête publique.
- 4.2 il s'agit de l'arrêté municipal du 7 avril 2021et non de l'Avis d'enquête
- 4.3 Avis d'enquête publique.(affiche jaune en A4)
Le 4.3 Note sur le cadre juridique, n'est pas à la suite.
Le 4.4 Insertions de presse n'est pas à la suite.

5 – REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE ARRETE.

Ces 3 tomes font effectivement l'objet de documents reliés séparés

- 5.1 Tome I : RAPPORT DE PRESENTATION ;
- 5.2 Tome II : REGLEMENT ;
- 5.3 Tome III : ANNEXES

4.3.1 sur l'arrêté d'enquête publique.

Il est conforme mais il aurait pu préciser à l'article 10 que la mise à disposition du rapport du commissaire enquêteur à la fin de l'enquête, doit tenir compte du délai de 15 jours dont dispose le Tribunal administratif pour demander – éventuellement - au commissaire enquêteur de compléter son avis motivé.

4.3.2 sur la Note sur le cadre juridique.

Elle était utile pour la compréhension du public

4.3.3 Sur le Rapport de présentation

Ce document de 77 pages, Tome 1, pièce essentielle du dossier, est très richement illustré de photos couleurs prises sur l'ensemble du territoire communal représentatives des 1176 enseignes répertoriées et concernant, pour certaines, 182 commerces et services ;

Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression d'affichage publicitaire et les espaces nécessitant un traitement spécifique.

Il précise aussi les objectifs et les orientations liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés.

il explique les choix retenus pour le Règlement Local de Publicité : le zonage et le règlement

il comporte 6 parties :

- Partie 1 : sur le cadre juridique ;

Il rappelle :

- les articles concernés du code de l'environnement ;
- les définitions des divers termes : publicité, enseignes, pré enseignes, notion d'agglomération ;
- La procédure de révision du RLP et ses étapes.

Il est richement illustré des modes d'installation selon les dispositifs (enseignes, pré enseignes...).

- Partie 2 : sur le contexte du territoire de Roissy-en-Brie ;
 - Il développe le contexte administratif et démographique ;
 - Les grandes structures paysagères ;
 - Les caractéristiques du territoire(typologie du bâti, le tissu économique, les axes, le patrimoine naturel).
- Partie 3 : sur le diagnostic du patrimoine publicitaire ;
 - Le détail des 3 zones de publicité en vigueur sur le territoire
 - Le diagnostic de la publicité extérieure et les diverses localisations (entrées de ville, centre ville, zones d'activités artisanales commerciales et industrielles, situations isolées) avec bilan ;
- Partie 4 : sur les objectifs et les orientations (cf notre § 1.10);
- Partie 5 : sur la justification du choix des 3 zones retenues ;
 - ZP1 zone de publicité du Centre-ville ;
 - ZP2 zone de publicité des zones d'activités :

- ZP3 zone de publicité des secteurs d'agglomération autres que ceux couverts par les précédentes et prenant en compte l'habitat ; les commerces de proximité et le site de la gare SNCF.

et sur les dispositions réglementaires retenues qui précisent :

- Pour la publicité :
 - ❖ Ce qu'est la publicité murale
 - ❖ Les dispositifs dits de petit format
 - ❖ La publicité scellée au sol
 - ❖ La publicité sur mobilier urbain
 - ❖ La publicité sur toitures ou terrasses
 - ❖ Les dispositifs dits de dimensions exceptionnelles
 - ❖ La publicité lumineuse
- Pour les enseignes :
 - ❖ Sur façades, sur murs de bâtiments, à plat sur auvents, marquises, balcons.. ;
 - ❖ Sur celles scellées au sol :
 - ❖ Sur celles installées directement sur le sol :
 - ❖ Sur les enseignes lumineuses

Pourquoi n'est-il pas exposé la zone 4 , dite de la Gare ?

- Partie 6 : annexe « lexique ». cette annexe précise utilement les définitions des termes les plus divers se reportant au sujet

4.3.4 sur le Règlement écrit:

La partie réglementaire comprend la rédaction des règles spécifiques applicables à l'ensemble du territoire ou selon un zonage défini. Un rappel de certaines règles nationales est également possible.

Il s'agit du Tome II, pièce 4 du dossier. Il comporte 79 pages en format paysage qui permet 2 colonnes par page, avec des croquis cotés explicatifs et divers tableaux (mais souvent au détriment de la clarté).

La partie 1 concerne les dispositions générales applicables à toutes les zones. Il comporte un abécédaire apprécié, accompagné de divers schémas.

La partie 2 concerne les dispositions applicables aux zones urbaines

La partie 3 rappelle les dispositions applicables aux zones agricoles, illustré de nombreuses vues couleur couvrant l'ensemble des secteurs agricoles

Il dresse les tableaux listant les essences locales préconisées et celles à proscrire

(La partie réglementaire peut comprendre pour les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction des dispositifs lumineux.).

La partie 4 rappelle les dispositions applicables en zone ZPS.

L'annexe1 précise les principales dispositions issues de la Réglementation nationale

L'annexe 2 constitue un glossaire de définitions, en 4 pages, utile pour le public.

L'annexe 3 précise les modalités de mesure des enseignes avec de multiples illustrations couleur.

4.3.5 sur les Annexes :

Elles font l'objet d'un Tome III en document séparé de 12 pages dont un hors texte en A3 représentant le plan de zonage du PLU., repris en ses 3 zones de publicité.

Des annexes représentent :

- les espaces boisés classés
- l'arrêté fixant le périmètre d'agglomération
- la délimitation du périmètre d'agglomération

4.3.6 sur le plan de zonage du RLP :

Ce plan unique au 1/4 000ème représente en légende 3 zones, sans distinguer une zone 4 qui est celle de la gare

La CDNPS (Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites) Indique, dans sa réponse (

En conséquence, le plan de zonage détermine 4 zones bien délimitées. En revanche, la légende est inexacte, 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.

La légende rappelle que pour les zones sans teintes, dites hors agglomération, c'est la réglementation nationale qui s'applique.(RNP)

Il convenait de distinguer et donc de préciser que cela concerne les seules pré enseignes, car la publicité des enseignes y est interdite

Le plan représente également les Espaces Boisés Classés.

Un plan supplémentaire au 1/2 000ème de la zone centrale (ZP1) n'aurait pas été inutile, au regard de la densité du tissu urbain..

Au total le Plan devra reprendre sa légende selon les définitions du §3 de la CDNPS mais aussi être corrigé à partir des diverses observations retenues

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.

4.4 : sur les textes dits de rang supérieur :

Pour ce qui concerne le SDRIF :

Rappelons qu'approuvé par le décret 2013-1241 du 27 décembre 2013 et publié le 28 décembre 2013 au J.O, il vise l'horizon 2030.

Le projet n'est pas incompatible avec le SDRIF en vigueur.

DOCUMENT 2

CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVE
du commissaire enquêteur sur
l'enquête publique
relative au Projet de Révision du RLP
(Règlement Local de Publicité)
de la commune de Roissy-en-Brie

A l'issue de cette enquête qui a duré 31 jours consécutifs du lundi 17 mai 2021 au mercredi 16 juin 2021 inclus, en l'absence de toute observation du public, compte tenu des avis initiaux des PPA et PPC, des observations de ces PPC recueillies sur le registre électronique, ainsi que les questions du commissaire enquêteur, et suite aux réponses apportées par le Maître d'ouvrage dans son mémoire et à mes appréciations associées, j'observe :

Sur les éléments constitutifs du RLP :

- Que le dossier présenté en vue de réviser son Règlement Local de Publicité respecte bien l'article R.581-22 du code de l'environnement et comprend bien à minima
 - un rapport de présentation ;
 - une partie réglementaire ;
 - des annexes, comprenant un arrêté municipal fixant les limites du territoire et un plan graphique
- Sans préjuger de tout autre document propre à permettre une meilleure compréhension du Règlement,

Sur le formalisme et le déroulement de l'enquête publique :

J'observe :

- Que la non participation du public, ne résulte pas d'une insuffisance de la publicité qui a été globalement bien faite, mais du moindre intérêt que celui ci porte sur une enquête lui paraissant trop technique par rapport , par exemple, à une modification ou une révision du PLU de la commune ;
- Que la publicité par affichage a été réalisée dans les délais et maintenue pendant toute la durée de l'enquête sur les nombreux panneaux municipaux de la commune et ceux de la Mairie et des services techniques
- Que cette publicité a pu être vérifiée tant lors des permanences que lors des déplacements sur la commune;
- Que les publicités ont bien été faites dans deux publications de Seine et Marne, 15 jours avant le début de l'enquête et répétées dans ces mêmes journaux dans les huit premiers jours de l'enquête (et plus précisément au premier jour de l'enquête) ;
- Qu'un Certificat d'affichage après enquête en date du 21 juin 2021 est bien joint au dossier ;
- Que le dossier relatif au projet de Révision du RLP a bien été mis à la disposition du public pendant toute la durée de l'enquête au service urbanisme dans les locaux des services techniques

- Que la procédure de cette enquête publique a été complète et régulière et permettait au public de s'informer et de s'exprimer correctement tant directement que par voie électronique;
- Que les 3 permanences prévues ont bien été tenues par le commissaire enquêteur, aux lieux, jours et horaires prévus, et permis de recevoir tous ceux qui l'ont (ou l'auraient) souhaité, et de porter toutes les observations qu'ils ont ou auraient voulu faire valoir, sur le registre papier ou sur le registre électronique mis à leur disposition :

revisionrlp@enquetepublique.net

- Qu'il était également possible d'adresser un courrier en mairie de Roissy-en-Brie, à l'attention du commissaire enquêteur, ce qui n'a pas été le cas ;
- Que ces permanences se sont tenues dans le respect des règles sanitaires (port de masque et autres gestes barrières), imposées par la Covid 19, sans aucun incident à relater qui aurait pu perturber le bon déroulement de l'enquête et permis de recevoir tous ceux qui l'ont (ou l'auraient souhaité), et porter toutes les observations qu'ils ont (ou auraient) voulu faire valoir, dans le registre papier mis à leur disposition ;
- Que tous les termes de l'arrêté municipal ayant organisé l'enquête ont bien été respectés ;
- Que le Maître d'ouvrage a largement respecté le souhait du commissaire enquêteur d'obtenir, face à des exposés longs et différenciés, des réponses séquencées ;
- Que ces réponses sont souvent assorties de références aux textes en vigueur, qui ont été appréciées ;

Sur le projet lui-même :

- Au plan l'environnemental :
- Que le projet intègre un respect environnemental et paysager des espaces, bâtis ou non bâtis et abords des constructions et vise à protéger le cadre de vie des habitants ;
- Que le projet va impacter les commerces pour faciliter leur publicité par des dispositifs adaptés sans être exhaustifs, en respectant par ailleurs les heures où les dispositifs lumineux resteront allumés ;
- Que l'équilibre économique du territoire n'est pas altéré,
-

- J'observe par ailleurs dans ce projet :
 - Que Le risque d'impact du projet sur le sol et le sous-sol reste faible à nul (dispositifs scellés);
 - Que l'impact sur la santé humaine du projet est négligeable à nul si l'on s'en tient aux risques inhérents à des dispositifs dont la taille et/ou le risque de s'envoler par grands vents pourrait porter atteinte aux habitants ;
 - Que l'impact du projet sur le trafic routier sera également très limité même au regard des passerelles si elles devenaient autorisées, et aux « effets de parois » ;
 - Qu'en l'état il n'entraîne pas de mesures immédiates, sinon bénéficier d'un délai de remise en conformité des dispositifs publicitaires non conformes;

Que d'une manière générale, ce projet respecte les dispositions réglementaires du Code de l'Urbanisme et du Code de l' Environnement et que, les principales obligations au regard des différents textes en vigueur sont respectées, y compris celles découlant implicitement de textes dits supérieurs,

- Enfin je constate :
 - Que le projet mis à l'enquête n'affecte pas la démographie de la commune ;
 - Qu' au total, la commune n'expose pas d' impact financier immédiat ;
 - Que ce projet présente bien un intérêt général en ce, qu'il peut permettre de mettre fin à une dispersion des dispositifs publicitaires, à leur multiplicité parfois non justifiée, à leurs dimensions et présentations exagérées et qu'il constitue un atout supplémentaire pour que la commune de Roissy-en-Brie puisse poursuivre son légitime développement,

Ainsi les conclusions des évaluations ci-dessus sur les divers aspects environnementaux ou réglementaires, ne s'opposent pas à la réalisation de ce projet,

Prenant acte du bon déroulement de cette enquête, de la régularité du dossier présenté au public, du bon respect de la procédure, des observations exprimées par les intervenants, des réponses formulées, et, au regard de mes propres appréciations données sous chacun des avis,

Je formule mes recommandations et mon avis motivé ci-après :

RECOMMANDATIONS

J'assortis mon avis sur le Projet de Révision du RLP
(Règlement Local de Publicité)
de la commune de Roissy-en-Brie
des 3 recommandations suivantes :

Les recommandations correspondent à des préconisations que le commissaire enquêteur souhaite être prises en considération, sans revêtir un caractère comminatoire.

RECOMMANDATION N° 1

Après reprise du plan de zonage valant réserve, corriger les petites erreurs matérielles mises en évidence tout au long du mémoire en réponse, et respecter, autant que faire se peut, les nombreux engagements qui y sont pris.

RECOMMANDATION N° 2

Un nombre important des divers dispositifs publicitaires existants, indispensables aux commerces et activités de la commune, nécessitent au regard de ce nouveau RLP une mise en conformité. qui se traduit par un coût et peut conduire à une mise au rebut, il serait souhaitable de regarder au cas par cas si parmi ces dispositifs certains ne pourraient pas être maintenus.

RECOMMANDATION N° 3

Le RLP définit et accepte selon les zones, des superficies de dispositifs de 8 m² ou 10,50 m² qui par leurs encadrements nécessaires, dépassent souvent ces superficies hors tout de quelques centimètres. Au regard du Règlement National qui permet une surface maximum de 12 m², ne pourrait-on pas , là encore, porter sur ces cas limites un regard au cas par cas qui éviterait par ailleurs d'engendrer des rebuts peu écologiques.

AVIS MOTIVE DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

Je donne un AVIS FAVORABLE avec une réserve sur le Projet de
Règlement Local de Publicité (RLP)
de la commune de Roissy-en-Brie

RESERVE UNIQUE

Présenter un plan des 4 zones du RLP cohérent avec sa légende et ses couleurs, les documents mis au dossier comportant notamment une inversion entre la zone 3 habitat et la zone 4 qui est celle de la gare, et une zone commerciale d'Intermarché n'apparaît pas en bleu, alors qu'elle est bien en ZPR2.

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

**Le Commissaire enquêteur,
Jacky HAZAN**

**Fait et clos à Nogent sur Marne le
16 juillet 2021**

