

**ENQUETE RELATIVE AU PROJET D'ELABORATION
DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPi)
DE L'EPT GRAND PARIS GRAND EST**

Table des matières

1-objet de l'enquête	2
2-cadre juridique de L'ENQUÊTE	2
3-1 Modalités de l'enquête	2
3-2 Désignation de la commission d'enquête	2
3-3 Maitre d'ouvrage.....	2
4- definition du projet	3
5- appreciation du projet	6
5-1 Sur la forme	6
5-2 sur le fond	6
7- conclusion	8

1-OBJET DE L'ENQUÊTE

L'enquête publique porte sur le projet d'élaboration de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de l'Établissement Public Territorial Grand Paris Grand Est.

2-CADRE JURIDIQUE DE L'ENQUÊTE

Le présent projet de RLPi s'inscrit dans les dispositions :

- Du Code Général des collectivités Territoriales,
- Du Code de l'urbanisme,
- Du Code de l'environnement, notamment dans ses articles L1581-14 à L581-14-4 concernant le règlement local de publicité,
- Des règlements locaux de publicité communaux actuellement en vigueur sur le territoire.
- De la délibération N° CT 2021-05 -18-02 du 18 mai 2022 sur les orientations générales du RLPi au sein du Conseil de territoire.

Les modalités de la collaboration entre l'Établissement public territorial Grand Paris Grand Est et ses communes membres ont été définies le 16 avril 2019 par délibération du Conseil de territoire, après avoir été présentées à la conférence intercommunale des maires réunie le 1er avril 2019, conformément aux articles L.134-4 et L.153-8 du code de l'urbanisme.

3-1 Modalités de l'enquête

Par arrêté AR2023-004 du 9 mars 2023, le Président de l'Etablissement Public Territorial Grand Paris Grand Est a prescrit l'ouverture d'une enquête publique portant sur le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi) de l'Etablissement Grand Paris Grand Est.

Cet arrêté fixe les modalités de cette enquête.

Sa durée est fixée à 30 jours du lundi 3 avril 2023 à 9 heures au mardi 2 mai 2023 à 17heures, Le siège de l'enquête est fixé à la mairie de Noisy-le-Grand, siège de L'EPT place de la libération 93160 Noisy-le-Grand.

3-2 Désignation de la commission d'enquête

Pour conduire la présente enquête, par décision N° E23000005/93 en date du 21 février 2023, le Président du Tribunal administratif de Montreuil a désigné une commission d'enquête composée comme suit :

- Présidente :

Madame Nicole SOILLY

- Membres titulaires :

Madame Sylvaine FREZEL

Monsieur Michel RELAVE

3-3 Maitre d'ouvrage

Le porteur du projet est l'Etablissement Public Territorial Grand Paris Grand Est, domicilié 11 boulevard du Mont d'Est 93160 Noisy-le-Grand.

4- DEFINITION DU PROJET

Le RLPi de Grand Paris Grand Est remplacera les RLP communaux en vigueur et, à son approbation, la police de la publicité sera exercée par le maire dans toutes les communes du territoire.

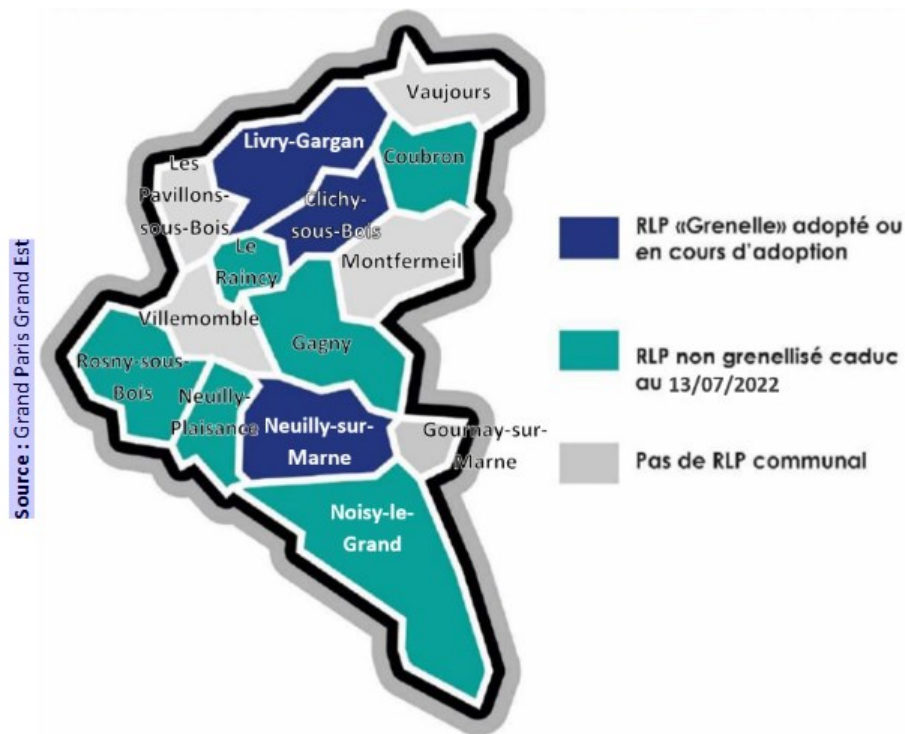
A l'heure actuelle il existe sur le territoire neuf RLP.

Trois communes possèdent un RLP Post Grenelle (ces RLP ne sont pas concernés par la caducité au 13 juillet 2022).

Le RLP de Livry-Gargan, adopté en avril 2019

Le RLP de Clichy-sous-Bois, adopté en avril 2011

Le RLP de Neuilly-sur-Marne, adopté en octobre 2010.



Six RLP sont antérieurs à la loi Grenelle. Ils deviennent caducs au 13 juillet 2022. Il s'agit des RLP des communes de:

- Coubron, adopté en décembre 1991
- Le Raincy, adopté en décembre 1988
- Gagny, adopté en février 2003
- Rosny-sous-Bois, adopté en juillet 1987
- Neuilly-Plaisance, adopté en décembre 1991
- Noisy-le-Grand, adopté en octobre 1991.

Enfin cinq communes ne sont pas dotées d'un RLP : Vaujours, Montfermeil, Gournay-sur-Marne, Les Pavillons sous-Bois et Villemomble.

14 agglomérations sont concernées par ces dispositions réglementaires :

Objectifs et orientations

L'élaboration du RLPI de l'établissement public territorial Grand Paris Grand Est a été prescrite par délibération du conseil de territoire du 16 avril 2019, avec pour objectifs :

- Intégrer au sein du RLPi les nouvelles dispositions législatives et réglementaires relatives au RLP, issues notamment de la loi ENE du 12 juillet 2010, afin d'assurer la pérennité des politiques d'encadrement des publicités, enseignes et préenseignes des RLP communaux ;
- Préserver la qualité du cadre de vie et du paysage du territoire de Grand Paris Grand Est, en tenant compte des spécificités des différentes communes membres ;
- Favoriser une meilleure intégration paysagère des dispositifs d'enseignes préenseignes et publicités, notamment dans les secteurs présentant des enjeux paysagers particuliers : centres villes, entrées de ville et de territoire, secteurs pavillonnaires, axes des anciennes routes nationales (ex RN370, ex RN3, exRN302, ex RN34)
- Préserver l'environnement paysager des éléments du patrimoine bâti (monuments historiques, ensembles patrimoniaux remarquables, centres ville anciens...) et du patrimoine naturel (Bords de Marne, Forêt de Bondy, Bois Saint Martin, parcs départementaux d la Haute Ile et de la Fausse-Maussoin, Parc des coteaux d'Avron...) de Grand Paris Grand Est ;
- Prendre en compte, dans le respect du cadre de vie et du paysage, les besoins en communication et en animation des acteurs économiques et commerciaux, notamment des grands centre commerciaux (Rosny 2, Les Arcades...) et des entreprises du territoire implantées dans les zones d'activités majeures de Grand Paris Grand Est (ZAE des Richardets, ZAE Montgolfier, ZAE des Chanoux, ZAE Vaucanson, ...) ;
- Lutter contre la pollution visuelle des dispositifs d'enseignes lumineuses et favoriser la réduction de leur impact énergétique

Cinq zones de publicités conduisent à l'établissement de règles particulières de publicité et d'enseignes sur cinq secteurs du territoire

- ZP0 : Secteurs paysagers et naturels.
- ZP1 : Secteurs résidentiels et centres villes.
- ZP2 : Axes routiers et quais de gares.
- ZP3a : Zones d'activités.
- ZP3b : Zones commerciales

Les enjeux

La réalisation de ces objectifs passe par la prise en compte des enjeux du territoire, à savoir :

- 1 - Préserver les abords des grandes coupures vertes telles que le Bois Saint-Martin, la Marne et le parc de la Haute Ile ou encore la forêt de Bondy, ainsi que le long des axes longeant des zones ouvertes ou présentant des cônes de vue.
- 2 - Améliorer l'insertion de chaque secteur commercial et d'activités en répondant à leurs besoins particuliers.
- 3 - Améliorer la lisibilité des fronts commerciaux, notamment le long des grandes routes nationales commerciales (telles que la N3, la N34, ou la N302), en promouvant une dédensification de l'affichage (autant publicitaire que des enseignes).
- 4 - Valoriser les perceptions des centres villes et secteurs patrimoniaux par une meilleure harmonie entre les enseignes et une limitation de la publicité.
- 5 - Préserver les secteurs résidentiels par une limitation des dispositifs publicitaires.

6- Anticiper la montée en puissance de l’affichage numérique.

Type de secteur	Enjeux pour le RLPI
Centralités historiques et commerçantes	Enjeux en termes d'enseignes : - Harmoniser les enseignes, notamment en centre-ville afin d'améliorer la lecture globale de chaque enseigne au sein d'une même rue - Favoriser le renouvellement des enseignes vieillissantes Enjeux en termes de publicité : - Limiter les dispositifs de grands formats dans les centres-villes - Adapter la taille des dispositifs muraux au contexte et maîtriser l'adéquation entre le bâti et la publicité (en évitant notamment de masquer des éléments d'architecture)
Abords de monuments historiques	Enjeux en termes d'enseignes : - Veiller à la bonne qualité des enseignes aux abords des sites et monuments protégés Enjeux en termes de publicité : - Étudier l'opportunité de réintroduire certains dispositifs publicitaires de petit format dans les périmètres des abords des monuments historiques, mais pas ceux de plus grands formats - Encadrer la publicité aux abords des monuments historiques et ne réintroduire que les formats et implantations dont les impacts paysagers sont les plus faibles
Centre commerciaux	Enjeux en termes d'enseignes : - Limiter la surenchère liée aux enseignes des centres-commerciaux (par une limitation des formats, de la densité...) - Valoriser les enseignes chartées
Zones d'activités commerciales et industrielles	Enjeux en termes d'enseignes : - Renouveler les enseignes vieillissantes (par la suppression des non-conformités et éventuellement la définition de nouvelles dispositions réglementaires) - Veiller à la conformité des enseignes (notamment au sol) Enjeux en termes de publicité : - Limiter le nombre de publicités de grands formats afin de supprimer notamment les dispositifs inutilisés - Valoriser les signalétiques ou relais d'informations afin de limiter les préenseignes

Principaux axes	Enjeux en termes d'enseignes : - Préserver la qualité paysagère des axes (notamment en entrée de ville) en adaptant le format et le nombre d'enseignes au contexte Enjeux en termes de publicités : - Encadrer la densité et le format des publicités scellées au sol - Encadrer l'implantation et les formats des publicités numériques
Voies ferrées	Enjeux en termes de publicité : - Encadrer la densité et le format des dispositifs publicitaires le long des voies - Limiter les panneaux scellés au sol au niveau des intersections avec la voie ferrée
Cônes de vue et secteurs de nature en ville	Enjeux en termes de publicité : - Préserver les vues paysagères en limitant les formats publicitaires dans ces secteurs - Veiller à limiter l'affichage publicitaire à proximité des parcs et espaces de nature
Secteurs résidentiels	Enjeux en termes d'enseignes : - Maintenir l'activité économique existante en zone résidentielle par une réglementation adaptée aux activités rencontrées Enjeux en termes de publicité : - Limiter les dispositifs de grands formats dans les secteurs résidentiels - Encadrer les dispositifs lumineux dont l'impact peut être très fort dans ces secteurs - Mettre en conformité les dispositifs existants

5 zones ont été créées avec un règlement spécifique afin d'atteindre, dans chacune d'elles, les objectifs poursuivis, tels qu'ils sont définis ci-avant, compte tenu des enjeux existants dans chacun de ces secteurs.

- ZP0 : Secteurs paysagers et naturels.
- ZP1 : Secteurs résidentiels et centres villes.
- ZP2 : Axes routiers et quais de gares.
- ZP3a : Zones d'activités.
- ZP3b : Zones commerciales

Un zonage spécifique s'applique à la publicité numérique, autorisée en ZP3b ainsi que dans un périmètre de 80 mètres autour des gares.

5- APPRECIATION DU PROJET

5-1 Sur la forme

La composition du dossier est conforme aux textes en vigueur ; Il convient néanmoins de constater que la lecture des différents modules n'est pas aisée, notamment en ce qui concerne le règlement obligeant le lecteur à des allers/retours entre les différents chapitres et entre lui et le rapport de présentation pour appréhender la totalité des contraintes s'appliquant à un mode de publicité.

Les modalités de l'enquête prescrite ont été respectées.

14 permanences ont été tenues dans les locaux des 14 mairies concernées par le projet.

Ces permanences ont été modérément fréquentées

Un registre a été mis à la disposition du public durant toute la durée de l'enquête dans les mairies et au siège de l'enquête.

Un registre électronique a été ouvert par les soins de Publilégal.

Une adresse mail dédiée a complété la possibilité de dépôt d'observations de la part du public.

27 observations ont été déposées dans le registre électronique, 4 dans les registres papier mis à disposition dans les communes.

A l'issue de cette enquête il est permis de constater que :

- La publicité par affichage a été faite dans les délais et maintenue durant toute la durée de l'enquête.
- L'ensemble des règles de publicité ont été observées.
- Des dossiers conformes à la réglementation ainsi qu'un registre ont été mis à disposition du public sur les lieux d'enquête.
- Les conditions requises pour l'expression du public ont été respectées.
- La concertation a été effectuée et les PPA ont été consultées.

5-2 sur le fond

Le projet de Règlement Local de Publicité intercommunal, tel qu'il a été soumis à enquête publique, est motivé par la volonté d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales en tenant compte des enjeux du territoire :

La préservation des zones vertes, des secteurs résidentiels, l'harmonisation des différentes formes de publicité, le respect des fronts commerciaux tout en dédensifiant l'affichage et maîtrisant la montée en puissance de l'affichage numérique.

C'est ce qui a conduit l'EPT à établir 5 zones en appliquant à chacune d'elles une réglementation spécifique selon une orientation visant à respecter les objectifs poursuivis.

ZP0 s'attache à réduire la pollution visuelle, à valoriser les paysages naturels et urbains, le patrimoine bâti.

ZP1 préserve les secteurs résidentiels et valorise les centres villes en limitant l'implantation de dispositifs de grands formats notamment dans ces secteurs.

ZP2 cible son règlement sur les axes routiers et les quais de gare en limitant la surface des publicités murales ou scellées au sol dans ces secteurs.

ZP3 a et b s'attachent à préserver l'activité commerciale ou artisanale.

Les choix dans leur ensemble répondent aux objectifs définis ; ils visent à préserver les paysages naturels et la qualité de vie des habitants, ainsi que les bâtiments et ensembles urbains d'intérêt patrimonial, tout en offrant la possibilité aux entreprises situées en zones d'activités de se signaler dans un cadre réglementé.

Toutefois, ce projet sous tendu par les objectifs que s'est fixés l'EPT apparaît perfectible sur certains points notamment en ce qui concerne :

- L'implantation du mobilier urbain dont la prédominance semble quelque peu excessive,
- La présentation du règlement qu'il conviendrait parfois d'explicitier pour une meilleure compréhension,
- La volonté de préserver le cadre environnemental du territoire qui supplante parfois les possibilités inhérentes au développement économique, la limitation du nombre de panneaux et de leurs dimensions ayant une conséquence directe sur l'économie locale,

Ce dernier point conduit la commission à regretter :

- Qu'aucune projection financière résultant des conséquences de la réduction des dispositifs publicitaires ne soit effectuée.

Ces constats conduisent la commission d'enquête à recommander :

Recommandation 1

De prévoir une règle de densité pour le mobilier urbain dans les zones où il est le seul à être autorisé.

Recommandation 2 :

D'améliorer la présentation du règlement en explicitant davantage la raison des interdictions et en développant précisément les termes spécifiques, ceci pour éviter toute erreur d'interprétation.

Enfin, la commission d'enquête rappelle les engagements pris par l'EPT, comme indiqué dans son mémoire en réponse, de corriger :

- Les erreurs de quelques zonages dans les communes de Villemomble, Montfermeil, et Gagny.
- La différence entre les 2 documents règlement page 23 et tableau des pages 102-103 du rapport relatif à la zone ZP1.