

Table des matières

1. CADRE general de l'enquete.....	3
1.1. Objet de l'enquête.....	3
1.2. Cadre juridique de l'enquête.....	3
1.3. Maitre d'ouvrage	4
1.4. La composition du dossier d'enquête	4
1.4.1. Composition du dossier.....	4
1.4.2. Examen des différentes pièces du dossier :.....	4
2. ORGANISATION de l'enquete	5
2.1. Désignation de la commission d'enquête	5
2.2. Modalités de l'enquête.....	5
2.3. Démarches préalables à l'ouverture de l'enquête.....	6
2.4. Publicités de l'enquête.....	6
2.4.1. Par voie d'affichage	6
2.4.2. Par voie de presse.....	6
3. PRESENTATION generale du projet	6
3.1. Le contexte	6
3.2. Nature et caractéristique du projet.....	9
3.2.1. Présentation de l'existant	10
3.2.2. Les enjeux	12
3.2.3. Objectifs et orientations	13
3.2.4. Zonage retenu.....	15
3.2.5. Dispositions applicables par zone –publicités et préenseignes.....	15
3.2.6. Dispositions applicables par zone – Enseignes.....	18
3.3. La concertation préalable.....	18
3.4. Avis des services consultés dans le cadre du projet	19
4- deroulement de l'enquete.....	22
4.1. Organisation et tenue des permanences	22
4.2. Rencontres avec les maires des communes concernées	22
4.2.1 Commune de Gournay	22
4.2.2. Commune de Montfermeil	23
4.2.3. Commune de Clichy-sous-Bois	23
4.2.4. Commune de Noisy-le Grand	23
4.2.5. Commune des Pavillons-sous-Bois.....	24
4.2.6.. Commune du Raincy.....	24
4.2.7. Commune de Rosny-sous-Bois.....	25

4.2.8. Commune de Gagny	25
4.2.9. Commune de Villemomble	25
4.3. Clôture de l'enquête.....	26
4.4. Procès-verbal de synthèse.....	26
4.5. Mémoire en réponse du MO	26
5.1. OBSERVATIONS recueillies	26
5.1. Leur nombre	26
5.2. Leur contenu	28
5.2.1. Thème N°1 le zonage.....	29
5.2.2. Thème N°2 les conséquences environnementales	36
5.2.3. Thème N° 3 les supports publicitaires	43
5.2.4. Thème N° 4 les impacts financiers	49
5.2.5. Thème N° 5 contrôle de la publicité	53
5.2.6. Thème N° 6 Autres problématiques.....	56

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

1. CADRE GENERAL DE L'ENQUETE

1.1. Objet de l'enquête

L'enquête publique porte sur le projet de règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de l'établissement public territorial Grand Paris Grand Est.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les préenseignes sur une commune.

Pour le législateur, une publicité est une inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, associée au dispositif destiné à la recevoir. Une enseigne est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. Une préenseigne est une inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Pour le législateur, encore, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Le RLP permet de maîtriser les publicités, les préenseignes et les enseignes en nombre et aspects, voire de les interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'un territoire se dote d'un Règlement Local de Publicité intercommunal, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue de s'appliquer

1.2. 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 L581-14 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.

Le porter à connaissance du règlement local de publicité intercommunal de Grand Paris

Grand Est a été transmis par le préfet de Seine-Saint-Denis le 6 août 2019.

Un porter à connaissance complémentaire, relatif à l'article L.581-14-4 du code de l'environnement issu de la loi n° 2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, a été transmis le 8 octobre 2021.

Les éléments portés à la connaissance de l'établissement public territorial Grand Paris Grand Est par le préfet de Seine-Saint-Denis sont joints au dossier d'enquête publique

1.3. Maitre d'ouvrage

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

1.4. La composition du dossier d'enquête

1.4.1. Composition du dossier

Le dossier présente 7 fascicules + les annexes :

- Une note de présentation
- Les pièces administratives
- Bilan de la concertation
- Avis des PPA
- Rapport de présentation
- Règlement
- Zonage du RLPi
- Annexes

1.4.2. Examen des différentes pièces du dossier :

La note de présentation résume les informations contenues dans les autres documents notamment : objet de l'enquête, les principales caractéristiques du projet, les avis des personnes consultées, le bilan de la concertation

Les pièces administratives présentent :

- Modalités de collaboration entre les communes et Grand Paris Grand Est,
- Prescription de l'élaboration du RLPi,
- Porter à connaissance de l'État,
- Débat sur les orientations du RLPi,
- Arrêt du RLPi.

Bilan de la concertation, et ses annexes, présente la synthèse des remarques émises par le public et des contributions et le compte rendu de la réunion publique.

Rapport de présentation détaille l'existant, les enjeux du territoire, les orientations et les choix retenus ; de nombreuses cartes illustrent ces thèmes.

Le règlement définit pour chacune des zones définies

- Les dispositions applicables aux publicités et aux préenseignes
- Les dispositions applicables aux enseignes

Le dossier tel qu'il est organisé n'est pas d'une lecture facile, 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.

2. ORGANISATION DE L'ENQUETE

2.1. 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 :

Madame Nicole SOILLY Présidente

Membres titulaires :

Madame Sylvaine FREZEL

Monsieur Michel RELAVE

2.2. 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 Public Territorial Grand Paris Grand Est.

Cet arrêté fixe les modalités de cette enquête dont les principales, en conformité avec les lois et les décrets applicables, sont :

- Que sa durée est fixée à 30 jours du lundi 3 avril 2023 à 9 heures au mardi 2 mai 2023 à 17heures,
- Que 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
- Que le dossier sera consultable pendant toute la durée de l'enquête,
 - Dans les mairies ou services communaux du territoire de l'EPT Grand Paris Grand Est concernés
 - Par voie dématérialisée : <http://www.registre-numerique.fr/rlpi-gppe>
 - Sur un poste informatique mis à disposition du public en mairie de Noisy-le-Grand.
- Que les commissaires enquêteurs tiendront 14 permanences réparties comme suit :

Commune	Dates et heures
Clichy-sous-Bois	Jeudi 20 avril 2023 14h00-17h00
Coubron	Mardi 2 mai 14h00-17h00
Gagny	Samedi 15 avril 2023 8h45-11h45
Gournay-sur-Marne	Mercredi 5 avril 2023 9h00-12h00
Le Raincy	Mercredi 12 avril 2023 14h00-17h00
Les Pavillons-sous-Bois	Mardi 18 avril 2023 9h00-12h00
Livry-Gargan	Samedi 22 avril 2023 9h00-12h00
Montfermeil	Mercredi 19 avril 2023 9h00-12h00
Neuilly-Plaisance	Vendredi 7 avril 2023 9h00_12h00
Neuilly-sur-Marne	Jeudi 13 avril 2023 14h00-17h00
Noisy-le-Grand	Jeudi 6 avril 203

	9h00-12h00
Rosny-Sous-Bois	Mardi 2 mai 14h00-17h00
Villemomble	Vendredi 28 avril 2023 14h00-17h00
Vaujours	Lundi 24 avril 2023 14h00-17h00

- Que le public pourra consigner ses observations :
 - Sur les registres papier déposés dans les communes concernées
 - Par voie électronique à l'adresse suivante : ripi-gpge@mail.registre-numerique.fr
 - Sur le registre dématérialisé accessible à l'adresse suivante : <https://www.registre-numerique.fr/ripi-gpge>
 - Par correspondance, à l'attention de la Présidente de la commission d'enquête à l'adresse suivante :

Madame la présidente de la commission d'enquête
Enquête publique sur le projet de RLPi du Grand Paris Grand Est

Grand Paris Grand Est, 11 boulevard du Mont d'Est 93160 Noisy-le-Grand

- Qu'un avis au public sera publié 15 jours au moins avant de début de l'enquête et rappelé dans les 8 premiers jours dans 2 journaux diffusés dans le département.
- Que cet avis sera affiché 15 jours au moins avant l'ouverture de l'enquête et pendant toute la durée de celle-ci
 - Au siège de l'Etablissement public Grand Paris Grand Est,
 - Dans les mairies des communes du territoire.

2.3. Démarches préalables à l'ouverture de l'enquête

A deux reprises, le 2 mars et le 30 mars 2023, la commission d'enquête a rencontré les responsables du projet dans les locaux de l'EPT à Noisy-le-Grand pour définir en concertation les modalités d'organisation et une présentation détaillée du projet de RLPi.

2.4. Publicités de l'enquête

2.4.1. Par voie d'affichage

Les avis d'enquête publique ont été affichés sur les panneaux administratifs des communes concernées par le projet.

2.4.2. Par voie de presse

L'avis d'enquête a été publié comme suit :

Presse	1 ^{ère} insertion	2 ^{ème} insertion
Le Parisien 93	17 mars 2023	7 avril 2023
Libération	17 mars 2023	7 avril 2023

3. PRESENTATION GENERALE DU PROJET

3.1. Le contexte

Le règlement local de publicité intercommunal (RLPi) de l'établissement public territorial Grand Paris Grand Est s'applique au territoire des communes composant son périmètre, à l'intérieur des limites d'agglomération.

Le RLPi s'applique à la publicité extérieure, c'est-à-dire à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes visibles depuis une voie ouverte à la circulation publique (routes, autoroutes et routes à grande circulation, voies navigables, voies piétonnes et chemins, voies ferrées, quais à ciel ouvert des gares ferroviaires, parkings.)

Le règlement ne s'applique pas à la signalétique d'information locale (SIL) qui relève de la signalisation routière.

Les emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux associations sans but lucratif sont déterminés par arrêté municipal, en application du Code de l'environnement. Le RLPi permet que ces emplacements soient situés dans les secteurs définis au I de l'article L.581-8 du Code de l'environnement. Les autres dispositions du RLPi ne s'appliquent pas à ces emplacements.

Les dispositions du Code de l'environnement relatives à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes (Règlementation Nationale de Publicité) qui ne sont pas modifiées par le présent règlement s'appliquent conjointement à celui-ci.

Enfin, du fait de l'application combinée de la loi du 12 juillet 2010 dite « Grenelle II », qui a profondément modifié la réglementation applicable à la publicité extérieure, et de deux lois subséquentes, les EPT de la métropole du Grand Paris avaient jusqu'au 13 juillet 2022 pour achever les révisions de RLP communaux en vigueur lors de la publication de la loi Grenelle II. A défaut, ils sont devenus caducs.

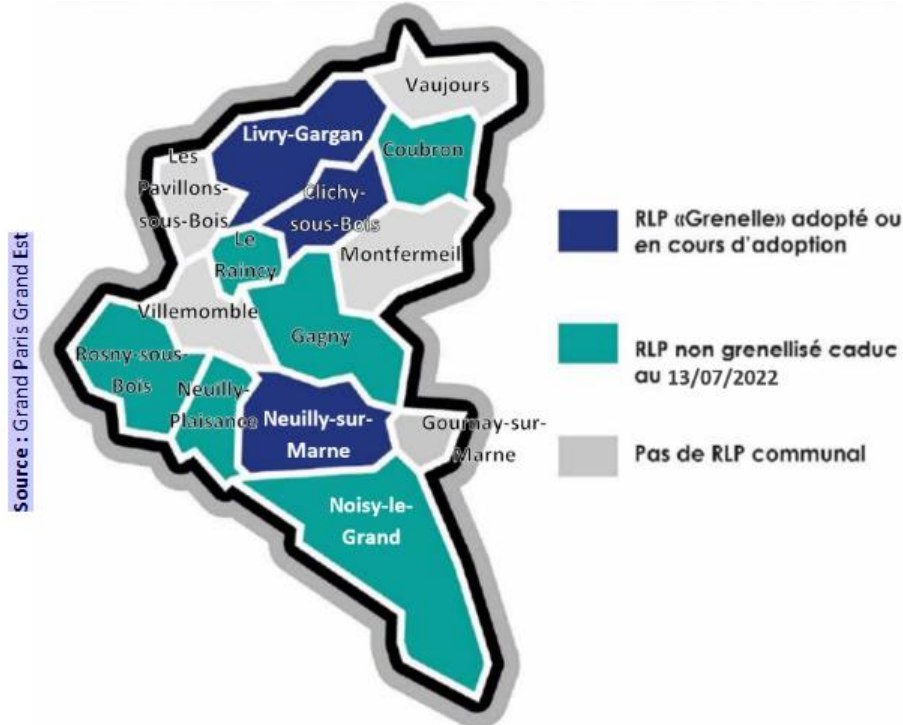
A l'heure actuelle il existe sur le territoire neuf RLP.

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 sont devenus 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; 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.

Le territoire

L'établissement public territorial (EPT) Grand Paris Grand Est composé de 14 communes faisant toutes parties de l'unité urbaine de Paris. Toutes les communes du territoire ont plus de 10000 habitants, en dehors des communes de Coubron, Gournay-sur Marne et Vaujours

Les 14 communes de Grand Paris Grand Est sont entourées des EPT Est Ensemble et Paris -Est-Marne et Bois dans leur partie Est et Sud-Ouest (qui constituent la première couronne de Paris), de Paris Terre d'Envol dans sa partie Nord et de Grand Paris Sud Est Avenir dans sa partie Sud.

Ces EPT sont situés en continuité urbaine avec Paris et font tous partie de l'unité urbaine de Paris.

A l'Est et au Nord, les communautés d'agglomération Paris Vallée de la Marne et Roissy Pays de France présentent une urbanisation de plus en plus discontinue et dont le lien vers Paris s'estompe.

Paysage et patrimoine

De grands boisements et espaces verts structurent le territoire. Le Sud de l'EPT est notamment occupé par le Bois Saint Martin classé en ZNIEFF de type 1. Au Nord la forêt de Bondy s'inscrit entre les communes de Coubron, Clichy-sous-Bois, Livry-Gargan et Vaujours et constitue un réservoir de biodiversité important. Cette forêt est protégée par une zone Natura 2000, ainsi qu'un classement en ZNIEFF de type 1.

La forêt de Bondy bénéficie d'un traitement particulier avec l'aménagement de promenades et d'aires de jeux, ce qui en fait un réel espace dédié aux loisirs. Le bois Saint Martin reste de son côté une forêt plus traditionnelle sans aménagements spécifiques aux espaces de loisirs

La Marne et le canal de Chelles traversent le territoire au Nord de Noisy-le-Grand, ainsi que le canal de l'Ourcq.

Les plateaux du Pays d'Aulnoye et d'Avron offrent des coteaux boisés.

Ces espaces sont particulièrement sensibles à l'affichage.

En effet, un nombre important d'affiches publicitaires ou de trop grandes dimensions d'affichages peuvent facilement nuire à la qualité paysagère de ces sites

Urbanisation

Le territoire de Grand Paris Grand Est est aujourd'hui urbanisé sur une majorité de sa surface.

Les centres urbains constitués majoritairement de petits collectifs en bande permettent

L'implantation de commerces en rez-de-chaussée. Aux alentours, s'organisent et se juxtaposent des secteurs d'habitats collectifs denses et des tissus pavillonnaires plutôt anciens qui se sont développés à partir des années 30.

Mêlées à ces tissus résidentiels, des zones d'activités sont implantées, notamment à proximité des grandes infrastructures routières et ferroviaires (le long de l'A4 à Noisy-le-Grand, le long de la voie ferrée à Neuilly-sur-Marne, entre la voie ferrée et l'A86 à Rosny-Sous-Bois ou encore le long de la N3 à Livry-Gargan et Vaujours).

Ces zones proposent dans certains secteurs une offre plutôt commerciale, notamment à Rosny-Sous-Bois ou Noisy-le-Grand, avec l'implantation de centres commerciaux (Rosny 2, Domus ou centre commercial Arcades).

Dans ces secteurs, l’affichage est de grand format et particulièrement démonstratif. A l’inverse, d’autres secteurs ont plutôt une vocation industrielle et l’affichage y est relativement discret ou même dissimulé (ce qui est par exemple le cas des secteurs de carrières au niveau de Livry-Gargan et Vaujours).

Réseau de transports collectifs

Le territoire de Grand Paris Grand Est est actuellement desservi par le RER A dans sa partie Sud, au niveau de Noisy-le-Grand, par le RER E et la ligne Transilien P. Le tramway T4 dessert quant à lui les communes de Livry-Gargan et Montfermeil.

Ces voies ferrées très majoritairement aériennes, constituent des secteurs d’affichage privilégiés au niveau des traversées (ponts et tunnels) ou des voies qui les longent (comme par exemple le long de l’Avenue Lech Walesa à Rosny-Sous-Bois

Réseau viaire

Le territoire de Grand Paris Grand Est est parcouru par un réseau dense d’infrastructures viaires reliant les communes entre elles et permettant de rejoindre Paris: autoroutes (A4, A86, A3), routes nationales (N4, 302, N370, N403, N186, N34, ...) et départementales (D30, D116, D117, D301, D34, D75...).

La performance limitée des réseaux de transports en commun conduit de nombreux habitants du territoire à emprunter leur voiture. Les axes routiers sont ainsi des lieux particulièrement empruntés qui présentent donc des enjeux majeurs en termes d’affichage publicitaire.

3.2. Nature et caractéristique du projet

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 centres 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

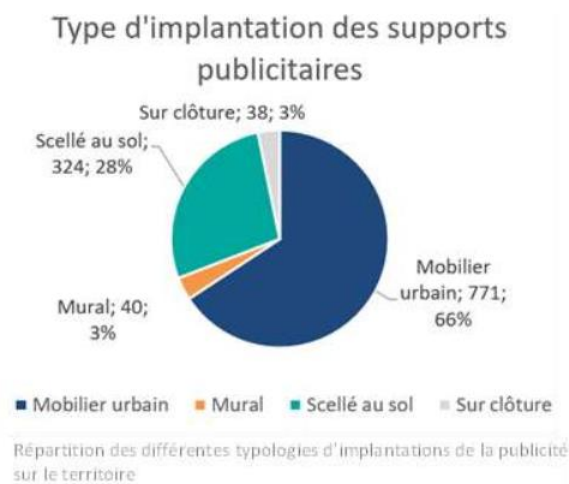
3.2.1. Présentation de l'existant

Sur l'ensemble du territoire, un total de 1180 dispositifs a été analysé : 97 préenseignes et 1083 publicités.

Une analyse de la conformité des dispositifs publicitaires recensés à la réglementation nationale de publicité (RNP) a été menée. Il en ressort un taux de non-conformité de 42%".

Les publicités et préenseignes sont, d'une manière générale, présentes le long des principaux axes du territoire, au niveau des carrefours majeurs et aux abords des zones d'activités, sous la forme de publicités scellées au sol. Ces dispositifs sont également présents dans les centres villes sous la forme de mobilier urbain.

Le principal mode d'implantation des publicités et préenseignes est l'affichage sur mobilier urbain (66%), ce qui permet aux communes d'avoir une certaine maîtrise de ces dispositifs.



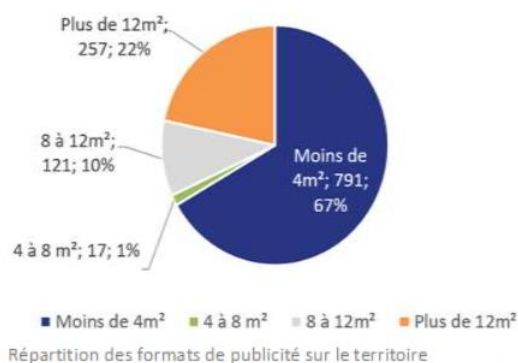
L'autre typologie dominante est la publicité scellée au sol, qui représente 28% des dispositifs recensés

Sur un total de 1180 dispositifs

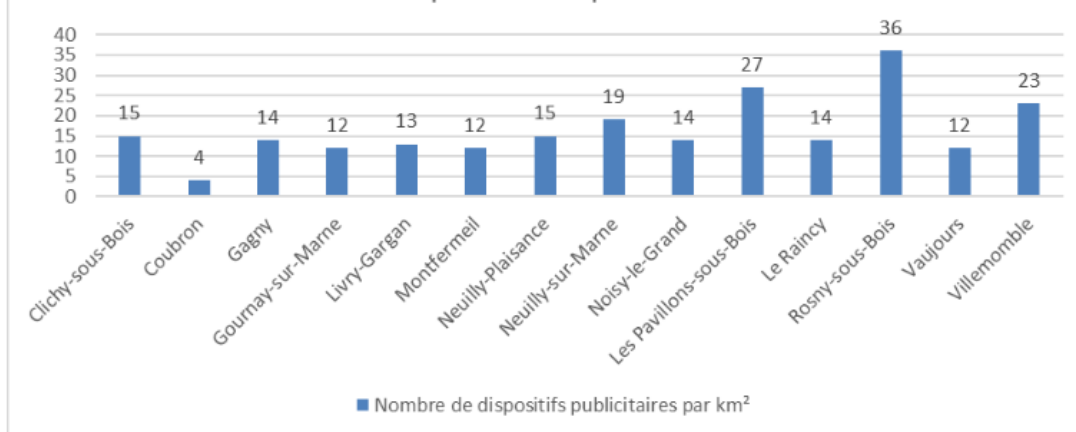
- 63% font moins de 2m²,
- 2% des dispositifs font entre 2 et 4m²
- 3% des dispositifs font entre 4 et 11m²
- 7% des dispositifs font entre 11 et 12m²
- 25%, soit 292 dispositifs font plus de 12m²

A l'échelle du territoire, une moyenne de 16 dispositifs publicitaires par kilomètre carré est observée. Les communes présentant un écart important par rapport à la moyenne sont notamment les communes de Rosny sous-bois et Les Pavillons sous-bois qui possèdent respectivement 36 et 27 positifs par kilomètre carré.

Formats des dispositifs publicitaires



Densité publicitaire par commune

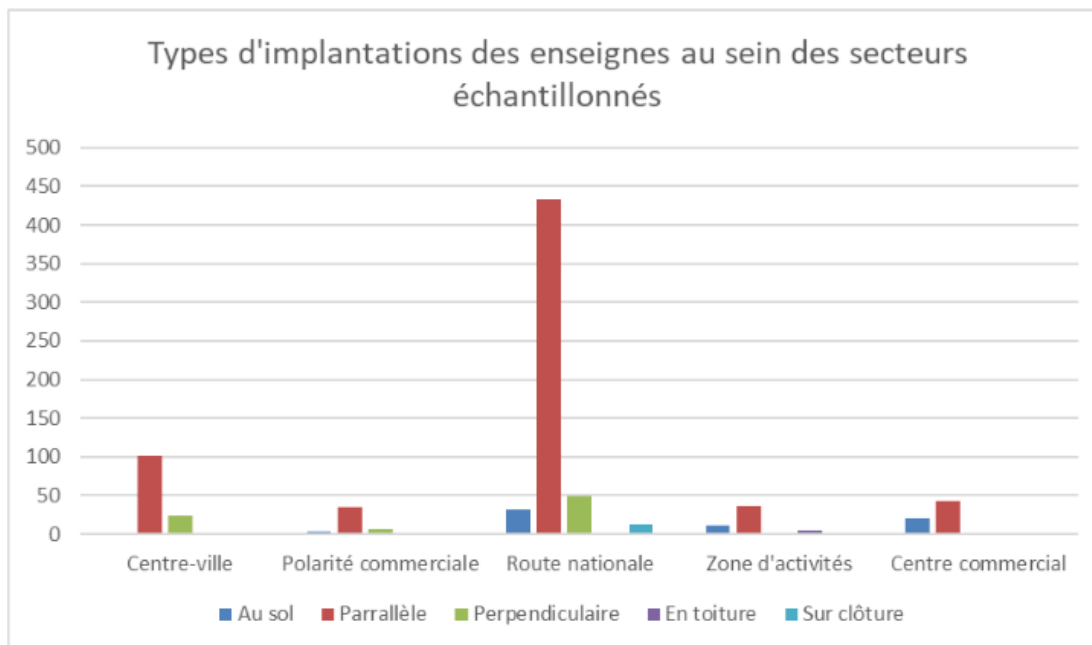


Enseignes

Localisation et implantation des enseignes du territoire.

Sur l'ensemble du territoire, un total de 813 enseignes a été recensé. Ce recensement est un échantillonnage permettant de caractériser des typologies d'enseignes de secteurs différents

- un secteur d'axe : par un recensement le long de la Nationale 3 aux Pavillons-sous-Bois et à Livry-Gargan
- un secteur de centre-ville : par un recensement le long de l'avenue de la Résistance au Raincy.
- une polarité commerciale secondaire : par un recensement le long de l'allée de Montfermeil au Raincy.
- un centre commercial et une zone d'activités : par le recensement du centre Domus et de la zone d'activités s'organisant le long des rues de Lisbonne et Jules Ferry à Rosny-sous-Bois



Dans l'ensemble des secteurs échantillonnés, les enseignes sont majoritairement implantées parallèlement à la façade.

Selon les typologies urbaines de chaque zone, ces enseignes parallèles à la façade sont implantées de manières différentes sur le bâti. Elles se retrouvent en rez-de-chaussée en centre-ville et dans les polarités commerciales, alors qu'elles se situent plutôt en haut des façades dans les zones d'activités.

Le long de la route nationale 3, la diversité des typologies d'enseignes illustre la difficulté pour les commerçants de se démarquer. Ils implantent ainsi une multitude d'enseignes différentes pour capter l'œil des automobilistes.

En zone d'activités ou en centre-ville, les typologies d'enseignes sont à l'inverse très limitées et s'adaptent davantage aux typologies urbaines :

- En centre-ville, le bâti dense en front de rue limite les possibilités d'implantations en clôture ou au sol. Les enseignes sont ainsi regroupées parallèlement ou perpendiculairement à la façade.
- En zone d'activités, à l'inverse, les parcelles sont de grandes dimensions et le bâti n'occupe pas la totalité de ces dernières. Afin de signaler les accès, les enseignes au sol sont ainsi nombreuses.

3.2.2. Les enjeux

Le diagnostic laisse apparaître plusieurs secteurs d'enjeux différents.

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

3.2.3. Objectifs et orientations

Compte tenu de l'existant et tenant compte des enjeux, les orientations du RLPi, ont été débattues en conseil de territoire le 18 mai 2022.

Celles-ci se déclinent en 6 grands axes définissant les objectifs à atteindre :

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

- Interdire la publicité, même de petits formats aux abords des secteurs de nature, des espaces ouverts et dans les cônes de vue,
- Interdire les supports numériques aux abords des grands espaces de nature

2-Améliorer l’insertion de chaque secteur commercial et d’activités en répondant à leurs besoins particuliers

- Proposer une réglementation particulière pour les enseignes des centres commerciaux ayant des besoins particuliers, notamment pour l’affichage de l’enseigne générale du centre
- Réglementer les enseignes des polarités secondaires de manière aussi qualitative que celles des centres villes de manière à valoriser l’ensemble du commerce de détail
- Valoriser les zones d’activités en autorisant des typologies d’enseignes adaptées aux typologies bâties de ces secteurs, tout en limitant le nombre et les formats d’enseignes
- Veiller à proposer une typologie d’affichage adaptée au contexte urbain environnant, notamment pour les préenseignes aux abords des zones d’activités et centres commerciaux.

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 densification de l’affichage (autant publicitaire que des enseignes).

- Limiter les enseignes au sol le long des linéaires commerçants en limitant notamment les formats et les typologies d’enseignes au sol.
- Limiter les formats et la densité publicitaire le long des routes nationales afin délimiter l’effet de surdensité d’affichage et améliorer ainsi la visibilité 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

- Définir des règles permettant de mieux intégrer les enseignes aux façades commerçantes et ainsi d’aboutir à une meilleure harmonie au sein des linéaires commerçants
- Anticiper la montée en puissance de l’affichage numérique (enseignes et publicité) par des restrictions fortes et des interdictions dans les périmètres des abords.
- Limiter la publicité en maintenant l’interdiction aux abords immédiats des monuments historiques et en ne réintroduisant pas de formats supérieurs à 2m² dans le reste du champ de covisibilité.

5- Préserver les secteurs résidentiels par une limitation des dispositifs publicitaires

- Limiter en nombre et en format les publicités scellées au sol dans les secteurs résidentiels

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

- Limiter les possibilités d’implantation des dispositifs publicitaires lumineux et notamment dans l’ensemble des secteurs à préserver (secteurs de nature, secteurs résidentiels et secteurs patrimoniaux)
- Interdire les enseignes numériques sur la majorité du territoire et préciser les formats et implantations possibles dans les secteurs d’autorisation
- Étendre la plage d’extinction nocturne

3.2.4. Zonage retenu

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

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

Chacune dispose de règles spécifiques concernant les dispositifs d'affichage extérieur. Des dispositions générales viennent compléter ces particularités en couvrant l'ensemble du territoire intercommunal de principes de base, applicables sur la totalité des zones de publicité.

La ZP0 couvre ainsi les secteurs à forte valeur patrimoniale ou naturelle :

- Les grands parcs et espaces verts du territoire
- Les abords du Canal de l'Ourcq
- Les abords des voies ferrées (hors secteur de gare)

La ZP1 inclut les tissus des centres villes ainsi que tous les secteurs résidentiels et secteurs mixtes, ce qui en fait le zonage de publicité occupant la majorité du territoire.

Les monuments historiques non compris dans une ZP0 et leur périmètre de covisibilité sont inclus dans la ZP1.

La ZP2 couvre les axes routiers et certains tronçons, les quais de gare à ciel ouvert, visibles depuis la voie publique et depuis les trains

Certaines gares de la ligne des Coquetiers sont concernées par des dispositions spécifiques :

Précisions sur les limites de la ZP2 :

La ZP2 s'applique sur une profondeur de 20 mètres de part et d'autre des limites de la voie considérée, toutefois, si cette voie est adjacente ou longe une ZP0 ou une ZP3, la limite de la ZP2 correspond à l'alignement.

Ainsi la ZP0 et la ZP3 s'appliquent sur la totalité du terrain.

La ZP3 se divise en deux secteurs :

La ZP3a qui couvre les zones d'activités industrielles ou artisanales n'ayant pas une visée commerciale et qui présentent donc des enjeux modérés en termes d'affichage.

La ZP3b couvrant les zones commerciales et centres commerciaux.

3.2.5. Dispositions applicables par zone –publicités et préenseignes

Zone ZP0

Sont interdits :

- La publicité sur le mobilier urbain
- Les dispositifs publicitaires muraux,
- La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, à l'exception des préenseignes posées au sol sur le domaine public.
- Les bâches de chantier comportant de la publicité,
- Les bâches publicitaires,
- Les dispositifs de dimensions exceptionnelles,

Sont autorisés :

- Les préenseignes posées au sol sur le domaine public,
- La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial,
- La publicité supportée par des palissades de chantier,
- Les dispositifs de petits formats
- Les préenseignes temporaires

Publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ou baies d'un local commercial

La surface cumulée des publicités lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial est limitée à 0,5 m² par établissement.

Zone ZP1.

Sont interdits :

- Les dispositifs publicitaires muraux,
- La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol, à l'exception des préenseignes posées au sol sur le domaine public.

Sont autorisés :

- La publicité sur le mobilier urbain,
- Les préenseignes posées au sol sur le domaine public,
- La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial,
- La publicité supportée par des palissades de chantier,
- Les bâches de chantier comportant de la publicité,
- Les bâches publicitaires,
- Les dispositifs de dimensions exceptionnelles,
- Les dispositifs de petits formats,
- Les préenseignes temporaires.

Publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ou baies d'un local commercial

La surface cumulée des publicités lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial est limitée à 0,5 m² par établissement.

Zone ZP2

Sont autorisés :

- La publicité sur le mobilier urbain,
- Les dispositifs publicitaires muraux,
- La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol,
- La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial,
- La publicité supportée par des palissades de chantier,
- Les bâches de chantier comportant de la publicité,
- Les bâches publicitaires,
- Les dispositifs de dimensions exceptionnelles,
- Les dispositifs de petits formats,
- Les préenseignes temporaires.

Publicité murale

La surface unitaire des publicités murales est limitée à 10,5 m².

Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

La surface unitaire des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 10,5 m².

Quais de gare à ciel ouvert

La surface unitaire des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à 2,5m².

Publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ou baies d'un local commercial

La surface cumulée des publicités lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial est limitée à 0,5 m² par établissement.

Zone ZP3

Sont autorisés :

- La publicité sur le mobilier urbain,
- Les dispositifs publicitaires muraux,
- La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol,
- La publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial,
- La publicité supportée par des palissades de chantier,
- Les bâches de chantier comportant de la publicité,
- Les bâches publicitaires,
- Les dispositifs de dimensions exceptionnelles,
- Les dispositifs de petits formats,
- Les préenseignes temporaires.

Publicité murale

La surface unitaire des publicités murales est limitée à :

- 2,5 m² en ZP3a,
- 10,5 m² en ZP3b

Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol

La surface unitaire des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol est limitée à :

- 2,5 m² en ZP3a,
- 10,5 m² en ZP3b.

Publicité lumineuse située à l'intérieur des vitrines ou baies d'un local commercial

La surface cumulée des publicités lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial est limitée à :

- 0,5 m² par établissement en ZP3a,
- 1 m² par établissement en ZP3b.

3.2.6. Dispositions applicables par zone – Enseignes

Enseignes	ZP0 Secteurs paysagers et naturels	ZP1 Secteurs résidentiels et de centres- villes	ZP2 Axes routiers et quais de gare	ZP3a Zones d'activités	ZP3b Zones commerciales
Enseignes à plat sur la façade	Implantation en rez-de-chaussée Lettrage limité à une hauteur de 40cm	Implantation en rez-de-chaussée Lettrage limité à une hauteur de 40cm	Implantation en RDC ou dans le quart supérieur de la façade si l'activité occupe la totalité de l'immeuble Hauteur limitée à 1/5 de la hauteur de la devanture Ou Hauteur limitée à ½ étage pour une activité occupant la totalité d'un immeuble		
Enseignes sur baie et vitrine	Lettres découpées ou sur fond transparent		15% de la surface vitrée		
Enseignes perpendiculaires	Positionnées en alignement de l'enseigne parallèle et en limite latérale de façade commerciale Limitées à 1 par voie 2,40 m hauteur minimum				
	Saillie max: 0,80m Surface max: 0,60m ²		Saillie max: 1m Surface max: 1m ²		
Enseignes scellées au sol ou posées au sol	1 par voie - 2m ²		1 par voie - 4m ²	1 par voie 4m ²	1 par voie 10,5m ²
Enseignes sur clôture	1 par voie – 0,60*0,60 m		1 par voie – 2m ²	1 par voie – 4m ²	1 par voie – 2m ²
Enseignes en toiture	Interdites			Autorisées selon RNP	
Enseignes numériques	Autorisées uniquement dans les secteurs définis au plan de zonage autorisant la publicité numérique				
	Interdit	Limité à 1m ²	Limité à 2m ²	Limité à 4m ²	

3.3. La concertation préalable

Le bilan de la concertation est une pièce du dossier d'enquête. Le document comporte 80 pages. Pour rappel, les articles du Code de l'urbanisme applicables à la concertation dans le cadre des procédures d'élaboration et de révision du RLPi sont identiques à ceux du Plan Local d'Urbanisme (Art L. 581-14-1 du Code de l'environnement, Art L.103-2, 3, 4,6 du Code de l'urbanisme)

Dans le cadre de l'élaboration du RLPi de Grand Paris Grand Est, la concertation a été organisée selon les délibérations du Conseil de Territoire en date du 16 avril 2019 avec les modalités suivantes :

- des publications dans les journaux ou magazines municipaux et territoriaux et notamment sur le site internet, <https://www.grandparisgrandest.fr/fr> à l'onglet « cadre de vie » où une page dédiée à l'urbanisme réglementaire a traité des questions relatives au RLPi (rappel du cadre légal, informations sur la concertation et documents y afférents)
- une exposition présentant le diagnostic, les orientations et le projet de règlement du futur RLPi s'est tenue du 15 avril au 31 mai 2022 dans chacune des 14 communes.
- un registre électronique a été mis en place sur le site internet de GPGE avec une adresse dédiée (rlpi.concertation@grandparisgrandest.fr) tandis que des registres papier ont été mis à disposition dans chaque commune. Cinq contributions ont été reçues, toutes à l'adresse électronique.
- Une réunion publique de concertation s'est tenue en mairie de Noisy-le-Grand le jeudi 31 mars 2022. Une dizaine de personnes y a participé. Le compte-rendu est annexé au bilan.

Par ailleurs, il y a eu deux réunions de présentation du projet aux acteurs (communes, association, professionnels de la publicité extérieure)

La synthèse des remarques et contributions est organisée par thème et fournie sous forme de tableau, avec :

- une colonne pour l'émetteur de la contribution, la date et l'origine (mail ou réunions),
- une colonne donnant une synthèse de la contribution,
- une colonne pour la réponse et la prise en compte dans le RLPi.

Les thèmes abordés sont les suivants :

- la démarche de concertation et l'association des habitantes et des habitants au projet,
- des généralités sur l'ensemble des dispositifs (préenseignes, publicités et enseignes) : règles de densité, raison de l'abaissement de 0,50 cm des dispositifs, passerelles sous dispositif, recensement des dispositifs uniquement sur les axes principaux (soit 90% de l'affichage), dispositifs non conformes, formats d'affichage, micro-affichage (n'est pas concerné par le RLPi), pré-enseigne temporaire (pas de limitation pour cause de risque juridique), affichage lumineux, affichage sur palissade de chantier, affichage sur bache de chantier, dispositifs de dimension exceptionnelle, enseignes limitées à une par voie pour chaque commerce, enseignes lumineuses, enseignes scellées au sol, enseignes sur clôture, enseignes en toiture, préenseignes, dispositifs publicitaires des agences immobilières (distinguer « à vendre / à louer » de « vendu / loué » etc.
- des généralités concernant les mobiliers urbains
- le principe de délimitation des zones et les règles spécifiques qui s'y appliquent (secteurs d'interdiction, d'interdiction relative, d'axes présentant des enjeux de visibilité importants, de zones d'activité : équilibre contesté par les opérateurs entre la préservation du cadre de vie et le maintien des activités économiques, impacts négatifs sur cette activité ; publicité aux abords des établissements scolaires, publicité aux abords des monuments historiques, contraintes d'implantation du mobilier urbain en ZPO, domaine ferroviaire hors gare, axes dans lesquels le bâti a muté, dispositions particulières pour l'affichage le long des quais de gare etc.
- réglementation relative aux dispositifs numériques
- publicités lumineuses et règles d'extinction nocturne : dispositifs en vitrine, puissance d'éclairage des enseignes (celle-ci n'est pas réglementée), dispositifs déroulants, extinction nocturne des abribus (elle n'est pas imposée)
- entrée en vigueur du RLPi : pouvoir de police, délai de mise en conformité etc.

Au total 69 contributions ont été recensées, émanant de :

- l'association ENDEMA 93 (Environnement Dhuys et Marne 93), 32 contributions
- JC Decaux, 6 contributions
- Union de la Publicité Extérieure (UPE), 11 contributions
- contributeurs en réunion publique, 14 contributions
- remarques reçues sur l'adresse électronique dédiée au RLPi, 5 contributions

Le document du dossier d'enquête publique se termine par le compte-rendu de la réunion des acteurs du 20 janvier 2022, ainsi que par des contributions reçues sur l'adresse électronique dédiée : mails de l'association ENDEMA le 15 février 2022, de l'UPE le 24 février 2022, de JC Decaux le 28 février 2022 et d'un particulier le 28 mai 2022.

3.4. Avis des services consultés dans le cadre du projet

Avis des Personnes Publiques Associées consultées dans le cadre du projet

Conformément aux articles L. 132-7 et suivants du code de l'urbanisme (relatifs au PLU) auxquels renvoie l'article L.581-14-1 du code de l'environnement qui concerne le RLP, les personnes publiques sont associées à l'élaboration du RLPi. Ce sont les partenaires

institutionnels de l'EPT ; ils reçoivent la délibération de prescription du RLPi et émettent un avis sur le projet (L. 132-11 du code de l'urbanisme).

Dans ce cadre, les Personnes publiques associées suivantes ont reçu le projet pour avis :

- État, préfet de Seine-Saint-Denis,
- Région Ile-de-France,
- Département de Seine-Saint-Denis,
- Métropole du Grand Paris,
- Ile-de-France Mobilités,
- Chambre de commerce et d'industrie de Seine-Saint-Denis,
- Chambre des métiers et de l'artisanat de Seine-Saint-Denis,
- Chambre interdépartementale d'agriculture d'Ile-de-France.

Le projet a également été communiqué à d'autres entités :

- aux établissements publics de coopération intercommunale :
 - Établissement public territorial Est Ensemble,
 - Établissement public territorial Paris Terres d'Envol,
 - Établissement public territorial Grand Paris Sud Est Avenir,
 - Établissement public territorial Paris Est Marne et Bois,
 - Communauté d'agglomération Paris Vallée de la Marne,
 - Communauté d'agglomération Roissy Pays de France.
- aux communes membres de Grand Paris Grand Est, en application de l'article L.134-7 du code de l'urbanisme,
- à la commission départementale de la nature, des paysages et sites (CDNPS), en application du 3ème alinéa de l'article L.581-14-1 du code de l'environnement.

Toutes ces personnes et entités disposaient d'un délai de 3 mois pour faire connaître leur avis ; à défaut, il est réputé favorable en application de l'article R.153-4 du code de l'urbanisme.

Le préfet de Seine-Saint-Denis a transmis l'avis de l'État le 24 janvier 2023.

Les autres personnes publiques associées n'ont pas transmis d'avis dans les trois mois. Les établissements publics de coopération intercommunale voisins n'ont pas non plus émis d'avis. Leur avis est donc réputé favorable.

Tous les avis explicites, émis dans le cadre de cette consultation, ont été présentés dans le dossier d'enquête dans un document qui les a organisés sous 3 rubriques :

- avis de l'Etat
- avis émis par les communes membres de l'EPT
- avis de commission départementale de la nature des paysages et des sites.

A noter que **tous les avis remis ont été favorables** avec, le cas échéant, des observations. Ils peuvent être résumés comme suit :

1. Etat

Le préfet de Seine-Saint-Denis a émis un avis favorable sur le projet de RLPi en rappelant la nécessaire annexion du règlement définitif aux documents d'urbanisme et en souhaitant que les maires exercent dans les meilleurs délais leur pouvoir de police pour la bonne application du règlement.

Un document joint, établi sous le timbre de la Direction régionale et interdépartementale de l'environnement, de l'aménagement et des transports d'Ile-de-France (DRIEAT), développe différentes remarques sur le projet soumis telles que :

- ✓ Sur le plan de la forme, le manque de lisibilité des cartes présentées dans le diagnostic, l'absence de représentation sur le plan de zonage du rayon de 30 mètres aux abords des

monuments historiques ou, encore, la similitude à assurer entre les termes du règlement et ceux du code de l'environnement pour éviter toute confusion.

✓ Sur le plan du fond, la DREAT :

- valide la cohérence entre les éléments présentés dans le rapport de présentation et les orientations retenues,
- à propos de la délimitation des 4 zones organisées dans le projet de RLPi, elle demande que soient apportées :
 - des précisions quant à la traduction réglementaire de l'orientation n°1 (« interdire la publicité ... dans les cônes de vue »),
 - une meilleure explicitation du choix du zonage des grands axes (RN 34 par exemple),
 - une explication sur une apparente contradiction dans la classification de certains abords des voies ferrées,
- à propos des dispositions réglementaires du projet, la DREAT relève principalement que :
 - les préenseignes étant, aux termes du code de l'environnement, soumises aux dispositions qui régissent la publicité, il ne peut être prévu – sous réserve de quelques exceptions - des dispositions spécifiques pour les préenseignes posées au sol,
 - un besoin d'explicitation de l'exclusion de la zone ZP0 de la réintroduction de la publicité aux abords des monuments historiques et de précision quant à la justification des restrictions apportées au mobilier scellé au sol en zone ZP1,
 - un besoin d'explicitation de la situation des enseignes lumineuses situées derrière les vitrines et de règles spécifiques pour les enseignes temporaires.

2. Communes membres de Grand Paris Grand Est

Sur les 14 communes de l'EPT, 4 communes (Gagny, Le Raincy, Neuilly-Plaisance, Vaujours) n'ont pas émis d'avis sur le projet de RLPi dans le délai de 3 mois. Leur avis est réputé favorable.

Les 10 autres villes (Clichy-sous-Bois, Coubron, Gournay-sur-Marne, Les Pavillons-sous-Bois, Livry-Gargan, Montfermeil, Neuilly-sur-Marne, Noisy-le-Grand, Rosny-sous-Bois et Villemomble) ont toutes émis un avis favorable au terme de délibérations tenues entre le 16 novembre et le 15 décembre 2022.

Deux d'entre elles (Livry-Gargan et Villemomble) ont complété leur avis par des demandes d'ajustements, respectivement, sur les zonages et relatifs à l'ajout d'un parc à la zone ZP0 et aux limites de l'agglomération.

3. Commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS)

La CDNPS est une instance de concertation régie par les articles R.341-16 et suivants du code de l'environnement. Elle concourt à la protection de la nature, à la préservation des paysages, des sites et du cadre de vie et contribue à une gestion équilibrée des ressources naturelles, et de l'espace dans un souci de développement durable.

Elle est composée de 4 collègues :

- représentants des services de l'Etat,
- représentants des collectivités territoriales et établissements publics de coopération intercommunale,
- personnalités qualifiées et associations agréées de protection de l'environnement,

- personnes compétentes dans les domaines d'intervention de la CDNAPS.

La CDNPS a examiné le projet de RLPi dans sa séance du 10 janvier 2023.

Dans ce cadre, le vice-président de l'EPT Grand Paris Grand Est a présenté le contenu du projet concrétisant une réelle volonté d'équilibre entre l'évolution des paysages et l'implantation de publicités ou d'enseignes. Ensuite, la DRIEAT Île-de-France a présenté son rapport, reprenant les éléments évoqués au § 1 ci-dessus, et conclu à l'avis favorable de l'Etat.

Sur ces bases, les participants ont fait valoir leur point de vue, leurs remarques ou leurs demandes de précisions.

Les représentants des communes ont ainsi évoqué, par, exemple la situation des monuments historiques et des bâtiments relevant du « patrimoine d'intérêt régional » et demandé quelques ajustements de zonage.

Les membres des associations écologiques ont souhaité notamment avoir des précisions sur les zonages. Ils ont, proposé une extension des horaires d'extinction des publicités et annoncé leur action de veille pour alerter les communes en cas de non-respect constaté.

De leur côté, les représentants des sociétés d'affichage ont dénoncé, le déséquilibre à leur point de vue du projet entre la liberté d'affichage liée à la liberté d'expression et le cadre de vie, avec le risque d'un impact économique et social fort.

Au terme de ces échanges, la commission a émis un avis favorable sur le projet par 8 voix pour, 4 voix contre et une abstention.

4- DEROULEMENT DE L'ENQUETE

4.1. Organisation et tenue des permanences

Les permanences prescrites par l'arrêté d'ouverture, se sont tenues dans les mairies des communes concernées par le projet. Elles ont été modérément fréquentées.

Elles se sont déroulées dans de bonnes conditions matérielles : une salle a été mise à disposition pour recevoir le public, les dossiers et les registres préparés pour la consultation.

4.2. Rencontres avec les maires des communes concernées

Les membres de la commission d'enquête ont souhaité prendre contact avec les maires des communes plus particulièrement concernées par le projet pour échanger avec eux sur le ressenti du projet au sein de leur territoire ; compte tenu des contraintes du calendrier et des disponibilités de chacun, tous n'ont pu être rencontrés.

4.2.1 Commune de Gournay

Rencontre avec le maire de Gournay-sur-Marne, le 27 avril 2023

Un membre de la commission d'enquête a été reçu en mairie par M. Eric SCHLEGEL, maire de Gournay-sur-Marne, le 27 avril 2023 après-midi. Etaient également présents à cet entretien qui a duré une quarantaine de minutes M. Nicolas ZDEBSKI, directeur du service Urbanisme et Mme Aurore NICOLAS, stagiaire. Cette dernière s'est vu confier la mission de recenser les affiches et enseignes sur la commune et d'en faire une analyse à l'aune du projet de RLPi. Son rapport doit être rendu en juin.

La Ville n'a pas de règlement local de publicité et, selon le maire, « la question n'est pas un sujet » à Gournay-sur-Marne où la publicité n'est pas envahissante. « Ce serait différent, j'imagine, si nous avions un centre commercial ou une route nationale qui traversait la ville », estime-t-il. Sur ce dossier, nous ne sommes pas acteur, mais plutôt suiveur ». Le conseil municipal a donné un avis favorable au projet lors de sa séance du 7 décembre 2022 (délibération n° 2022-90). Sur le territoire, il y a pour l'essentiel en matière de publicité, les abris voyageurs et les commerces de centre-ville. « Les éventuels contrevenants sont nos commerçants avec lesquels on trouve aisément un accord », précise le maire.

Il juge utile la réintroduction de la publicité aux abords de monuments historiques prévue par le projet. « Dans une petite ville, il est bien rare qu'il n'y ait pas une église ou un autre bâtiment classé. L'interdiction dans les 500 mètres revient à interdire la publicité sur l'ensemble du centre-ville », estime-t-il. Ici le château où est installée la mairie, est un monument historique ».

4.2.2. Commune de Montfermeil

Contact téléphonique avec Madame MASUERO, le 25 avril 2023,

Directrice Générale-Adjointe en charge du Développement et de l'Attractivité de la Ville

- Le Conseil municipal de Montfermeil a émis un avis favorable sans observation ni demande de complément, au terme de sa délibération du 6 novembre 2022, car de nombreux échanges avaient été menés en amont de manière « itérative » avec l'EPT et les autres communes permettant de trouver des règles répondant aux objectifs et aux besoins des différentes collectivités
- La commune ne dispose pas à l'heure actuelle de RLP et le projet est, pour elle, l'opportunité de disposer d'une réglementation, basée sur une expérience large, pour organiser une publicité de meilleure qualité et des enseignes plus homogènes au bénéfice de l'attractivité de la ville
- La commune voit aussi dans ce projet l'avantage d'une sectorisation claire offrant des conditions de publicité adaptées et proportionnées aux besoins des différentes activités
- Enfin, c'est pour elle l'avantage de retrouver un pouvoir de police, au plus près de toutes les parties prenantes concernées au sein de la ville par la publicité et les enseignes

4.2.3. Commune de Clichy-sous-Bois

Contact téléphonique avec le Responsable Urbanisme le 24 avril 2023

- Le Conseil municipal de Clichy-sous-Bois a émis un avis favorable sans observation ni demande de complément, au terme de sa délibération du 3 décembre 2022, car un travail approfondi avait été mené en amont en collaboration avec l'EPT permettant de trouver des règles répondant aux objectifs et aux besoins des différentes collectivités
- En particulier, un travail de simplification des zonages avait été mené facilitant une plus grande harmonisation des enseignes au sein de la commune
- Un point de discussion portait aussi sur le périmètre de protection des MH et l'implantation des abribus pour lequel une solution satisfaisante a été trouvée
- Les demandes actuelles de dispositifs publicitaires et enseignes sont autorisées au regard du règlement en cours mais déjà examinées au regard du projet de règlement pour prévenir d'éventuelles difficultés lors de sa mise en vigueur

4.2.4. Commune de Noisy-le Grand

Un membre de la commission d'enquête a été reçu en mairie par Mme MARIGNY, maire de Noisy-le-Grand, le 25 mai après-midi en présence d'un de ses collaborateurs.

Mme le maire rappelle que les 14 communes de l'EPT ont travaillé en amont à la définition du projet qui lui semble satisfaisant dans son ensemble.

Elle partage l'objectif du projet qui est notamment de préserver la qualité paysagère de la commune.

Hormis des annonceurs et quelques associations, les habitants ne se sentent pas concernés par ce sujet, en effet la plus grande partie du territoire est pavillonnaire et donc très peu impactée par les panneaux publicitaires ; ils sont surtout présents sur le quartier Mont d'est.

Elle apprécie de retrouver un pouvoir de police et profitera de la circonstance pour améliorer le recensement des installations sur sa commune qui sont une source d'apport financier.

4.2.5. Commune des Pavillons-sous-Bois

Entretien avec le maire des Pavillons-sous-Bois, le 27 avril 2023

Un membre de la commission d'enquête a été reçu en mairie par M. Philippe Dallier, maire des Pavillons-sous-Bois, le 2 mai après-midi. Le conseil municipal avait donné un avis favorable au projet lors de sa séance du 12 décembre 2022 (extrait n°2022.00111 du registre des délibérations)

Le maire a rappelé que l'EPT et les 14 communes – lesquelles ne se ressemblent pas -, ont travaillé ensemble pour aboutir à un document qui satisfasse tout le monde. Il a estimé que le projet « va dans la bonne direction ».

Interrogé sur les problèmes qu'aurait rencontrés la Ville par le passé, il a évoqué des panneaux publicitaires trop éclairés sur l'ancienne RN3 et quelques cas d'enseignes lumineuses inconfortant le voisinage. Mais ce qui gêne aujourd'hui aux Pavillons, selon M. Philippe Dallier, ce sont les vitrines de certains commerces qui sont masquées par un film adhésif aux couleurs criardes montrant les produits vendus.

Il s'est dit favorable à la réintroduction de la publicité aux abords de monuments historiques prévue par le projet. « Comme monuments historiques, la ville ne compte que les deux pavillons de garde de l'ancien parc à l'anglaise du duc d'Orléans qui d'ailleurs lui ont donné son nom. Mais cette dérogation peut être utile dans d'autres communes, en particulier de petites communes ».

En conclusion le maire a estimé qu'il fallait réglementer et pouvoir contrôler avec des sanctions.

4.2.6.. Commune du Raincy

Entretien avec le maire du Raincy, le 4 mai 2023

Un membre de la commission d'enquête a eu un entretien téléphonique avec M. Jean-Michel Genestier, maire du Raincy, le 4 mai après-midi. Mme Muriel Léger, la directrice de l'Urbanisme, a participé aux échanges.

La Ville disposait d'un RLP ancien, devenu caduc le 13 juillet 2022. Jusqu'à cette date, la police de la publicité était exercée par le maire qui était très sourcilieux sur ce règlement et n'hésitait pas à verbaliser. Depuis, elle est exercée par le préfet.

Le RLPi redonnera cette compétence aux maires. « J'ai salué le travail très important mené pour son élaboration et je regrette que les maires ne se soient pas tous investis sur ce dossier, a-t-il déclaré. De ce règlement et de son application dépend en grande partie la vision qu'ont nos concitoyens de leur ville ».

M. Jean-Michel Genestier a déploré l'image de « mauvaise banlieue » accolée à certains territoires. « Il faut rendre leur noblesse à nos villes », a-t-il estimé. Il a jugé important de préserver les lieux historiques et les lieux d'échanges de toute agression visuelle, agression de la publicité et des enseignes – « Pour préserver la qualité du cadre de vie, on échange avec les commerçants sur le nom même de leur commerce », ajoute-t-il.

M. Jean-Michel Genestier et Mme Muriel Léger ont ensuite passé en revue les différents sujets liés au RLPi, comme la pollution lumineuse, le numérique, les palissades de chantier où chaque intervenant pose son panneau (« on en a compté jusqu'à douze »), les espaces naturels interdits de publicité – canal, rivière, talus ferroviaires –, les pré-enseignes posés au sol qui devraient disparaître, les affiches immobilières de vente ou de location trop grandes et trop nombreuses sur les balcons, le délai de mise en conformité jugé trop long etc. Le maire a précisé que ses administrés ont l'habitude d'écrire pour signaler les problèmes. L'attachement au territoire passe par un environnement où l'impact de la publicité et des enseignes diminue », a-t-il conclu.

4.2.7. Commune de Rosny-sous-Bois

Au cours de la permanence du 2 mai 2023 un membre de la commission d'enquête a rencontré M. Fauconnet, maire de Rosny-sous-Bois en présence d'un de ses collaborateurs.

L'entretien a été très bref, M. le maire a rappelé la participation active de ses services lors des travaux préparatoires et l'intérêt pour sa commune de conserver la publicité sur les sites commerciaux importants implantés sur son territoire (centre commercial Rosny 2 et Domus)

4.2.8. Commune de Gagny

Un membre de la commission d'enquête a été reçu en mairie par M. Rolin Cranoly, maire de Gagny, le 11 mai 2023. M. Thierry Kittaviny, adjoint au maire délégué à la Redynamisation économique et au Commerce et Mme Sylvie Rabier, manager du Commerce ont participé aux échanges.

M. Rolin Cranoly a dit d'emblée être d'accord avec le projet dans sa globalité. Toutefois il a estimé que, poursuivant dans la même logique, on aurait pu « aller plus loin sur la trame noire » : aujourd'hui pour des raisons de sobriété énergétique, la question de l'extinction de l'éclairage public se pose et on peut aussi inciter les commerces à réduire leur consommation. Selon lui, on peut faire mieux. « Il n'y a aucun intérêt à laisser allumer les locaux s'il n'y a plus d'activité. Ce serait une nouvelle éducation de la population : quand il n'y a plus de lumière, cela signifie que c'est fermé, explique-t-il. En outre, nous n'avons pas à Gagny de déambulation de loisirs dans les rues commerçantes qui pourrait justifier un éclairage des vitrines. Enfin, si je peux entendre l'argument de la sécurité des commerces, je note que dans les secteurs concernés, des caméras sont présentes ».

Gagny disposait un RLP ancien, devenu caduc le 13 juillet 2022. « On avait demandé à la préfecture de pouvoir au moins pré-instruire les demandes d'enseigne, mais cela a été refusé », a-t-il regretté. Mme Sylvie Rabier a précisé que la Ville informe les commerçants des dispositions du futur RLPi concernant les enseignes et qu'ils en tiennent compte en général. Enfin, M. Rolin Cranoly, prenant l'exemple passé d'une grande affiche sur le salon de l'érotisme planté près d'une école, a dit regretter que le RLPi ne puisse pas donner un droit de regard sur le contenu des publicités, en particulier à proximité des établissements scolaires.

4.2.9. Commune de Villemomble

Un membre de la commission d'enquête a eu un entretien téléphonique le 22 mai après-midi avec Mme Pascale Paolantonacci, première adjointe déléguée aux Cœurs de Ville (commerces et marchés alimentaires). Celle-ci a suivi depuis le début ce dossier jugé important dans la lutte contre « la grosse pollution visuelle » dont est victime la ville. Villemomble n'avait pas de règlement local de publicité et selon l'élue, la commune a pâti d'un certain laisser-faire.

Si la question des publicités, notamment sur la RD902, est évoquée, Mme Pascale Paolantonacci a mis surtout l'accent sur la nécessaire qualité des enseignes. Il s'agit d'y mettre bon ordre, tout en assurant une bonne visibilité aux commerçants et entreprises.

« Nous avons demandé un zonage plutôt strict. L'immense majorité de la ville est en ZP1 et l'affichage lumineux est limité au pôle des gares, a-t-elle expliqué. Nous avons la ferme volonté de préserver nos 4,04 km² de territoire contre toute pollution visuelle ».

Concernant le mobilier urbain, la première adjointe a précisé que la Ville venait conclure un nouveau contrat de concession qui prévoit de tout renouveler, dispositifs et emplacements. « On a été attentif par exemple à remédier à l'encombrement des trottoirs. On ne garde que trois écrans digitaux municipaux etc. », a-t-elle ajouté.

Pour conclure, elle a souligné que le RLPi va dans le sens souhaité par le maire très attaché à protéger le cadre de vie. Souhaité d'ailleurs aussi par l'ensemble du conseil municipal qui a approuvé le projet. L'avis favorable voté à l'unanimité le 9 décembre 2022 était assorti d'une demande d'ajout du Parc René Martin dans la liste des grands parcs et espaces verts du territoire

(en p. 98 du Rapport de présentation) et de l'arrêté municipal 2022-353 fixant les limites d'agglomération de la ville.

4.3. Clôture de l'enquête

L'enquête s'est terminée le mardi 2 mai 2023 à 17 heures. Les registres déposés au siège et dans les communes concernées ont été remis à la présidente de la commission d'enquête le vendredi 5 mai 2023.

4.4. Procès-verbal de synthèse

Le 11 mai 2023, par voie numérique, la commission d'enquête a adressé au maître d'ouvrage :

- La totalité du dépouillement des observations déposées,
- Le procès-verbal de synthèse,
- Une annexe récapitulant par thème ces observations.

4.5. Mémoire en réponse du MO

La réponse du Maître d'ouvrage est parvenue, le 31 mai 2023 en version numérique.

5.1. OBSERVATIONS RECUEILLIES

5.1. Leur nombre

Les observations et courriers recueillis au cours de l'enquête publique relative à la requalification de la RD920 sont récapitulés ci-après :

Tableau récapitulatif des observations et courriers recueillis sur les registres papiers mis en place pour cette enquête.

Commune	Nombre d'observations
Coubron	1
Clichy-sous-Bois	0
Gournay	0
Gagny	1
Livry-Gargan	0
Le Raincy	1
Montfermeil	0
Neuilly-Plaisance	0
Neuilly-sur-Marne	0
Noisy-le-Grand	0
Pavillons-sous-bois	1
Rosny-sous-Bois	0
Vaujours	0
Villemomble	0
TOTAL	4

Récapitulatif des observations recueillies sur le registre électronique et l'adresse courriel :

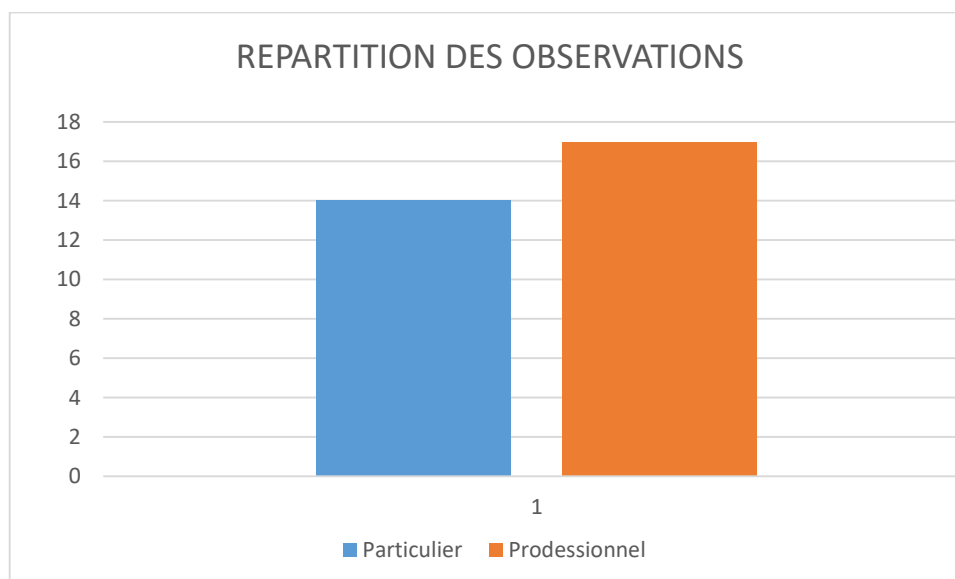
Au total ce sont **31** observations (avec des fichiers joints) qui ont été recueillies par voie électronique sur le registre dématérialisé et à l'adresse courriel mis en place pour cette enquête. Pour résumer ces observations, la commission d'enquête a identifié **9** thématiques regroupant les diverses observations qui ont été réparties sur une grille de dépouillement.

Certaines de ces observations ont été répétées approuvant, sans commentaires particuliers, des observations précédemment déposées par des intervenants.

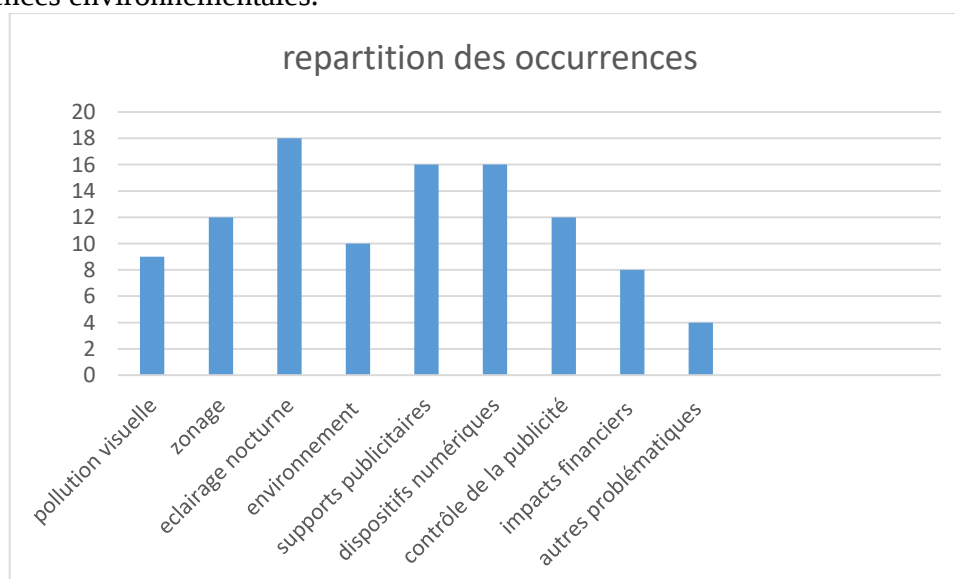
Résultats du dépouillement de l'ensemble des observations

Support	Nombre de registres	Nombre d'observations
Registre dématérialisé		27
Communes	14	4
TOTAL GENERAL		31

Ce sont donc au total **31** observations – *certaines professionnels ont doublé leur contributions* – toutes voies d'acheminement confondues qui ont été recueillies à l'occasion de cette enquête, réparties comme suit entre particuliers et professionnels (les associations étant recensées dans la catégorie des professionnels).



Les occurrences les plus exprimées ont porté sur les supports publicitaires, le zonage et les conséquences environnementales.



SUPPORTS PUBLICITAIRES	Mobilier urbain	Supports publicitaires
IMPACTS FINANCIERS		
CONTROLE DE LA PUBLICITE		
AUTRES PROBLEMATIQUES	Mobilité/sécurité	Divers

5.2.1. Thème N°1 le zonage

12 observations traitent de la question du zonage ; les professionnels de l’affichage, pour se plaindre, combiné aux règles relatives aux dispositifs, de son caractère trop restrictif ; les associations environnementales et les particuliers, pour demander une plus grande limitation. Les uns et les autres évoquent aussi des changements de zone.

Déséquilibre dans la répartition des zones

Observation N° 1 de M. Charles-Henri DOUMERC sur le registre dématérialisé pour l’Union de la Publicité Extérieure (UPE)

« Le RLPI de Grand Paris Grand Est identifié 5 zones de publicité Seules les zones 2 et 3b autorisent la communication extérieure de « grand format » sur le domaine privé, soit à peine 10 % du territoire ».

Observation 3 de M. Michel TAVERNA sur le registre dématérialisé pour AFFICHAGE FIACCHETTI

« Les règles établies pour limiter la publicité sont destinées à réduire drastiquement l'implantation de dispositifs publicitaires exclusivement sur le domaine privé avec les leviers suivants:

- Zonage inadapté avec seulement 10 pour-cent du territoire autorisé avec une limitation en grande partie au format à 2 m² »

Observation N°18 de Nathalie MAZIC sur le registre dématérialisé pour le Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE)

« Les limitations incohérentes du zonage ZP 2 et ZP 3 engendrent une perte de patrimoine de l'ordre de 90% qui s'apparente à une interdiction déguisée de la publicité sur le domaine privé de l'agglomération

Réponse du Maître d’ouvrage

Grand Paris Grand Est et les communes du territoire ont travaillé à définir un zonage et des règles équilibrés au regard du fort impact des dispositifs publicitaires sur la qualité du paysage et du cadre de vie. Les zones dans lesquelles les dispositifs publicitaires de grand format sont autorisés ont ainsi été volontairement limités à des secteurs ciblés et stratégiques concentrant d’ores et déjà des dispositifs existants.

Commentaire de la commission d’enquête

Comme précisé dans le rapport de présentation, ce projet comporte plusieurs objectifs. Parmi eux, le projet vise d’une manière générale à préserver la qualité du cadre de vie et du paysage du territoire de Grand Paris Grand Est. A ce titre, il vise à limiter les dispositifs de grands formats dans les centres villes et dans les secteurs résidentiels.

Dans cette perspective, la commission d’enquête comprend – le territoire de Grand Paris Grand Est ayant une grande partie de sa surface occupée par de l’habitat individuel ou collectif – que la publicité de grand format soit réduite à une faible partie du territoire.

Elle relève toutefois qu'en ZP1 le mobilier urbain est autorisé jusqu'à 8m² sans aucune limite du nombre de dispositifs, faisant bénéficier à ce type de support d'une exclusivité par rapport aux autres dispositifs (muraux ou scellés ou directement installés sur le sol) qui sont interdits. Or, même si elle est considérée comme accessoire, la publicité reste un élément constitutif du mobilier urbain et le fait qu'elle soit portée par ce type de support n'est pas en lui-même une garantie d'une meilleure protection du cadre de vie.

Aussi, conviendrait-il de fixer, à tout le moins, une limite de densité de ce type d'équipement en ZP1, en renforcement de la règle de l'article R.581-25 du code de l'environnement. Ceci pour concrétiser dans le règlement la logique du rapport de présentation (Axe 5 – Préserver les secteurs résidentiels par une limitation des dispositifs publicitaires) et assurer une harmonisation de la pratique à venir au sein du territoire de l'EPT.

Périmètre des zones

Observation N° 1 de M. Charles-Henri DOUMERC sur le registre dématérialisé pour l'Union de la Publicité Extérieure (UPE)

«... L'homogénéité attendue d'un texte intercommunal n'apparaît pas dans ce plan de zonage morcelé (axes découpés en tronçons) Certains secteurs ne correspondent absolument pas à la définition des zones ».

Ses propositions pour le zonage :

1. création d'une véritable zone « axes » reprenant les secteurs déjà intégrés complétés des axes suivants: N370, N302, D934, D370, D30, D10, D16
2. regroupement des zones 3a et 3b sous une seule zone avec les dispositions de la zone 3b
3. classement des voies ferrées en ZPO-secteurs paysagers et naturels et intégration des **abords des voies ferrées aux zones du RPI dans lesquelles elles se situent**

Observation N°3 de M. Michel TAVERNA sur le registre dématérialisé (AFFICHAGE FIACCHETTI)

« Les départementales et nationales sont morcelées avec des interdictions par tronçon »

« Supprimer de la zone ZP1 les grands axes départementaux et nationaux en les incorporant dans la ZP 2 déjà nommé à cet effet « Axes routiers ».

Observation N°18 de Nathalie MAZIC sur le registre dématérialisé (Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE))

Le zonage de la ZP2 n'est pas cohérent.

Proposition SNPE : Inscription des axes suivants en ZP2

- ✓ Routes Nationales N370 et N302
- ✓ Routes Départementales D10, D16, D30, D370 et D934
- ✓ Fusion de la ZP3a et de la ZP3b ... ».

Réponse du Maître d'ouvrage

La délimitation de la ZP2 sur les axes routiers prend en compte également les caractéristiques du paysage urbain et la morphologie du bâti. Les abords des voies ferrées constituent des éléments de la trame verte du territoire qu'il convient de préserver. Les zones d'activités et les zones commerciales ont des besoins et des caractéristiques spécifiques qui justifient les deux zonages ZP3a et ZP3b.

Commentaire de la commission d'enquête

Si à première vue, il peut surprendre que des tronçons du même axe soient classés dans des zones différentes, la commission d'enquête admet que des différences de paysage ou de bâti le long de ces axes, puissent justifier des différences de classement. Elle remarque toutefois que ces considérations pratiques auraient pu être explicitées à l'intention des porteurs des

contributions, en mettant notamment en évidence le fait que les abords des voies ferrées constituent des réservoirs de biodiversité et des corridors écologiques.

Observation N°24 de M. Francis REDON sur le registre dématérialisé (association ENVIRONNEMENT 93) et Observation N°1 sur le registre papier de la commune de Coubron « Délimitation des zones de publicité

En page 7 il faut inclure la promenade de la Dhuys pour 9,1 hectares.

Le règlement doit également mieux préciser les interdictions sur les talus ferroviaires qui constituent des zones de « nature », et les superficies correspondantes, de même pour les berges de cours d'eau. ».....

«L'élaboration en cours du PLUi du territoire de Grand Paris Grand Est donne des orientations d'aménagement qui doivent être prises en compte dans le RLPi. La figure-1 ci-après identifie les zones à corriger dans le règlement en fonction de ces perspectives, essentiellement pour la zone ZP2. »

Les portions de territoire ci-dessous doivent être reclassées de ZP1 en ZP2

Indice	Commune	Axe routier (Voir pages 7 et 8 du règlement)
1	Villemomble	Rue Laennec
2	Gagny	Rue Aristide Briand
3	Gagny	Tronçon de la rue Jules Guesde
4	Montfermeil	Boulevard de l'Europe Rue du Général Leclerc
5	Gagny	Tronçon de l'avenue Paul Vaillant-Couturier

Réponse du maître d'ouvrage :

Au regard du zonage présenté dans le dossier soumis à l'enquête publique, la demande a été comprise comme celle d'un reclassement de ZP2 en ZP1.

Voir la réponse ci-dessus.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête comprend de la réponse du maître d'ouvrage que la nature du bâti le long de ces axes justifie le maintien du classement.

Elle en prend acte tout en regrettant, là aussi, que les considérations pratiques qui fondent cette réponse n'aient pas été explicitées à l'intention du porteur de cette contribution.

Observation N°27 de Mme Sylvie VANDENBRI sur le registre dématérialisé (association Les Amis Naturalistes des Coteaux d'Avron (ANCA)

« Le parc forestier du Bois de l'Etoile à Gagny est en ZP1 ! Il doit être en ZP0.

Question complémentaire de la commission d'enquête :

Les villes de Livry-Gargan et de Villemomble ont demandé dans leur délibération en conseil municipal des changements de zone, respectivement, pour un parc des sports, une zone d'activités économiques et un espace vert. La ville de Livry-Gargan a renouvelé sa demande en CDNPS et il lui a été répondu qu'elle sera prise en compte.

Les documents soumis à l'enquête ne retiennent pas les souhaits de l'une et l'autre de ces communes. Leurs demandes seront-elles intégrées au Règlement ?

Réponse du Maître d'ouvrage

Le projet de RLPi présenté à l'enquête publique est celui qui a été arrêté par le conseil de territoire. Conformément à l'article L.153-13 du code de l'urbanisme, le RLPi peut être modifié

après l'enquête publique pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire ou de la commission d'enquête.

Les demandes des villes de Livry-Gargan et de Villemomble répondent aux orientations retenues pour l'élaboration du RLPi, elles seront intégrées lors de son approbation.

Le Bois de l'Etoile à Gagny est un des grands espaces verts du territoire. En cohérence avec les orientations du RLPi, son inscription en ZPO sera proposée lors de son approbation.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête prend acte de la prise en compte des modifications, proposées au cours de l'enquête, dans le RLPi qui sera soumis à approbation.

Cependant, elle relève que **la promenade de la Dhuis** (page 7 du Règlement) qui est un site Natura 2000 n'est pas mentionnée ; or cette promenade est bien signalée comme site Natura 2000 sur les communes de Clichy-sous-Bois, Coubron, Gagny, Le Raincy et Montfermeil en page 34 du rapport de présentation.

Monuments historiques (MH), sites protégés et « trames noires »

Observations N° 7 et 22 du registre dématérialisé de M. Dominique MOZZICONACCI et Mme Sophie CHEYREZY DHOLLANDE (JCDECAUX-France) et Observation N°2 du registre papier de la commune des Pavillons-sous-Bois

« Inutile que les villes restreignent au sein du futur PLUi les implantations de mobiliers urbains [autour des sites protégés] alors qu'elles en ont l'entière maîtrise dans le cadre de l'exécution de leur contrat de mobilier urbain, ce qui leur permettrait par ailleurs de mieux prendre en compte le contexte local spécifique, pour chaque emplacement

La contribution préconise à l'article 1.2 du RLPi :

- ✓ ~~de supprimer la phrase « A l'exception de la publicité sur les abris destinés au public, la publicité doit être située à une distance du monument historique au moins égale à 30 mètres »~~
- ✓ d'élargir à 8 m² la surface unitaire de la publicité sur le mobilier urbain destiné à recevoir des informations publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.
- ✓ « À défaut, clarifier le tableau de synthèse, en page 27 du règlement par l'insertion des précisions suivantes en vue d'assurer une bonne lisibilité et compréhension du futur RPLi :
 - en présence d'une covisibilité monument historique :
 - à moins de 30 mètres du monument : abris-voyageurs publicitaires uniquement
 - entre 30 et 500 mètres du monument ou dans un périmètre des abords (PDA) : mobiliers urbains publicitaires autorisés avec mobiliers urbains d'informations limité à 2 m²
 - en l'absence de covisibilité monument historique : mobilier urbain publicitaire autorisé avec mobilier urbain d'information limité à 8 m² »

Réponse du Maître d'ouvrage

Les précisions demandées sont inutiles. En l'absence de covisibilité, la protection au titre des abords des monuments historiques ne s'applique pas.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête relève que le maître d'ouvrage limite sa réponse à un seul des points soulevés par la contribution et regrette qu'elle n'apporte pas d'explications sur les autres points.

Observation N°26 de Mme Brigitte MAZZOLA sur le registre dématérialisé (association ENVIRONNEMENT DHUIS ET MARNE 93)

« ENDEMA93 demande qu'il n'y ait pas de dérogation au code de l'environnement pour admettre des publicités dans le périmètre des sites patrimoniaux, même si cette publicité est limitée au mobilier urbain situé à plus de 30m du monument, à l'exception de celle sur abris-voyageurs. »

Réponse du Maître d'ouvrage

La réintroduction de la publicité aux abords des monuments historiques est limitée au mobilier urbain jusqu'à 2 m² ; la publicité demeure interdite à moins de 30 mètres des monuments historique, à l'exception de la publicité sur les abris-voyageurs, préservant ainsi les abords immédiats de ces monuments. L'impact de cette mesure sur le paysage urbain et les abords des monuments historique sera très limité. En application de l'article R.421-25 du code de l'urbanisme, l'installation de mobilier urbain aux abords des monuments historiques doit être précédée d'une déclaration préalable qui est soumise à l'accord de l'architecte des bâtiments de France. Cette procédure permet de garantir la préservation des abords des monuments historiques.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête est consciente que les abords de monuments historiques sont des emprises qui présentent des enjeux importants en matière de publicité et comprend qu'une certaine ouverture à la publicité soit envisagée aux abords des monuments historiques. Elle note aussi les dispositions envisagées pour garantir la préservation des monuments historiques, notamment en termes de taille de la publicité sur le mobilier urbain. Cela étant, la commission d'enquête confirme les commentaires faits plus haut à propos de l'exclusivité réservée au mobilier urbain et suggère qu'une règle de densité soit énoncée en complément de la réduction de sa surface à 2m² aux abords des monuments historiques

Observation N°27 de Mme Sylvie VANDENBRI sur le registre dématérialisé (association Les Amis Naturalistes des Coteaux d'Avron (ANCA))

« Les trames ne sont pas mentionnées. Pourtant, elles devraient être au cœur du sujet traité.

.... Les trames noires concernent les espèces nocturnes, les chiroptères notamment.

Grand Paris Grand Est est un territoire très urbanisé où les trames noires sont de plus en plus fines et morcelées

➔ L'ANCA demande une étude de la trame noire du territoire dans ce projet de RLPi
Zonage ZP0

Les trames noires du territoire correspondent à peu près aux trames vertes.... Pourquoi montrer les trames vertes dans ce document si elles ne sont pas déclinées (en trames noires) dans le plan de zonage de la publicité ?

➔ L'ANCA demande un zonage ZP0 sur les trames vertes et noires reliant les réservoirs de la diversité

Réponse du Maître d'ouvrage

Le RLPi comporte plusieurs mesures qui ont pour effet de limiter les pollutions lumineuses :

- Limitation des possibilités d'implantation et des formats, obligation de diffusion d'images fixes pour les publicités numériques,

- Limitation des possibilités d'implantation et des formats des enseignes numériques,

- *Limitation des formats et obligation de diffusion d'images fixes pour les enseignes et publicités numériques situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial,*
- *Interdiction des enseignes à faisceaux de rayonnement laser,*
- *Extension des horaires d'extinction des publicités et enseignes lumineuses.*

Toutes ces mesures auront pour effet de limiter les incidences des dispositifs lumineux sur la trame noire du territoire.

Toutefois, le RLPi règlemente uniquement la publicité extérieure et les enseignes et ne peut à lui seul répondre aux enjeux de préservation de la trame noire.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête note la confirmation, faite par le maître d'ouvrage, de toutes les initiatives proposées pour limiter l'impact de la publicité lumineuse et relève également les limites du RLPi en la matière qu'il reconnaît.

Elle constate aussi à la lecture du dossier que l'objectif du RLPi en la matière vise plus à une lutte contre une pollution visuelle qu'à une protection de la trame noire vis-à-vis de laquelle il est admis (cf. rapport de présentation page 118) qu'un chantier est à engager.

Questions complémentaires de la commission d'enquête :

Question N°1

Les pièces du dossier ne comportaient pas la délimitation des périmètres (30 et 500 mètres) de protection de Monuments Historiques sur les plans de chaque commune ni une cartographie des cônes de vue.

Ces précisions, figureront-elles dans le document final ?

Réponse du Maître d'ouvrage

Délimitation des périmètres (30 et 500 mètres) de protection des monuments historiques sur les plans :

Le RLPi approuvé sera annexé aux plans locaux d'urbanisme des communes, puis au plan local d'urbanisme intercommunal de Grand Paris Grand Est, auxquels sont également annexés, au titre des servitudes d'utilité publique, les périmètres de protection des abords des monuments historiques. La délimitation de ces périmètres est donc aisément accessible.

Les périmètres de 500 mètres autour des monuments historiques ont vocation à être remplacés par des périmètres délimités des abords (PDA), définis dans les conditions fixées à l'article L.621-31 du code du patrimoine.

La réintroduction de la publicité aux abords des monuments historiques mentionnés à l'article L.621-30 s'applique aussi bien aux lieux visibles du monument historique ou visible en même temps que lui et situés à moins de cinq cents mètres de celui-ci (définition de la protection en l'absence de périmètre délimité) qu'aux lieux situés dans un périmètre délimité des abords.

La représentation des périmètres de 500 mètres autour des monuments historiques sur la carte réglementaire du RLPi obligerait à engager une procédure de modification à chaque fois qu'un de ces périmètres serait remplacé par un périmètre délimité des abords.

La distance de 30 mètres aux abords d'un monument historique est contrôlée sur le terrain. C'est pourquoi les périmètres de 30 et 500 mètres autour des monuments historiques ne sont pas représentés sur la carte réglementaire du RLPi.

Cartographie des cônes de vue :

Une cartographie des points de vue, mettant en évidence les cônes de vue jugés comme importants à préserver, a été élaborée à partir des données présentées dans le projet de SCOT de la Métropole du Grand Paris et le projet de PLUi de Grand Paris Grand Est.

Cette carte, en annexe du présent document, sera ajoutée au rapport de présentation, dans la partie « Chapitre 4. III.8. Cônes de vue et secteurs de nature en ville ».

Les 28 points de vue identifiés sont situés soit en ZP0, soit en ZP1, garantissant ainsi la protection des cônes de vue, sans qu'il soit nécessaire de les représenter sur la carte réglementaire du RLPi.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête prend note de toutes les précisions apportées ainsi que des considérations pratiques évoquées et des difficultés opérationnelles rencontrées dans la communication d'une cartographie des rayons de protection des monuments historiques.

Les unes et les autres néanmoins ne semblent pas dirimantes à la commission d'enquête qui regrette que ces éléments, pourtant disponibles, n'aient pas été joints au dossier et communiqués au public pour lui permettre une visualisation et une compréhension complètes de ces données.

En outre, le fait que les cartes soient ultérieurement accessibles via le PLUi ne répond pas au besoin soulevé et participe à la difficulté pour l'administré, relevée par ailleurs par la commission d'enquête, de devoir consulter cumulativement plusieurs documents pour avoir une compréhension exhaustive de la situation qui s'applique à lui.

La commission d'enquête prend note avec satisfaction que la cartographie des cônes de vue sera jointe au rapport de présentation tout en déplorant le caractère tardif de cette publication et l'éparpillement des informations.

Question N°2

- Le règlement vise les périmètres de protection des MH relevant de l'article L. 581-8 du Code de l'environnement et retient dans son lexique la notion d'abords des MH de l'article L. 621-31 du Code du patrimoine,
- le rapport de présentation contient des cartes de conformité circonscrivant des « secteurs d'interdiction relative aux abords des MH».
- La notion d'« abords » est également retenue au chapitre 2 § 4 du règlement à propos du bon état d'entretien des publicités et des supports. L'UPE (observation N°1 du registre dématérialisé de l'UPE demande d'ailleurs de supprimer la référence « aux abords » des dispositifs, « terme inapproprié au contexte juridique et assez imprécis ». La notion revient aussi dans la définition de la ZP0 à propos du canal de l'Ourcq, du canal de Chelles et de la Marne et des voies ferrées (hors secteurs de gare)

L'homogénéité de ces notions n'apparaît pas de manière évidente ; seront-elles énoncées de manière explicite dans le règlement et illustrées de manière précise sur les plans ?

Réponse du Maître d'ouvrage

La protection des monuments historiques au titre des abords est définie à l'article L621-30 du code du patrimoine :

I. – Les immeubles ou ensembles d'immeubles qui forment avec un monument historique un ensemble cohérent ou qui sont susceptibles de contribuer à sa conservation ou à sa mise en valeur sont protégés au titre des abords.

La protection au titre des abords a le caractère de servitude d'utilité publique affectant l'utilisation des sols dans un but de protection, de conservation et de mise en valeur du patrimoine culturel.

II. – La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative dans les conditions fixées à l'article L. 621-31. Ce périmètre peut être commun à plusieurs monuments historiques. En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci.

La protection au titre des abords s'applique à toute partie non protégée au titre des monuments historiques d'un immeuble partiellement protégé.

La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé en application des articles L. 631-1 et L. 631-2.

Les servitudes d'utilité publique instituées en application de l'article L. 341-1 du code de l'environnement ne sont pas applicables aux immeubles protégés au titre des abords.

Cette définition juridique des abords appliquée pour la protection des monuments historiques ne se confond pas avec l'utilisation du terme « abords », au sens de lieux proches ou voisinage dans d'autres dispositions du règlement du RLPi.

L'obligation de maintenir en bon état d'entretien et de propreté les abords des dispositifs publicitaires inscrite dans les dispositions générales du règlement du RLPi vise à prévenir l'abandon des déchets d'affiches et de colles.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête apprécie toutes les précisions apportées. Elle n'y trouve pas toutefois la réponse concrète aux interrogations pratiques soulevées dans le souhait de renforcer la lisibilité du règlement et la sécurité juridique de sa mise en œuvre.

Quelles distances, quelles surfaces, ... vise le règlement dans chaque acception du terme « abords » qu'il utilise ?

La commission d'enquête estime nécessaire d'apporter ces précisions pratiques dans le règlement pour la bonne information de toutes les personnes (particuliers et entreprises) qui auront à l'appliquer.

5.2.2. Thème N°2 les conséquences environnementales

Dans plusieurs contributions, l'affichage publicitaire est accusé de dégrader le paysage, de nuire à la qualité de vie des habitants et de perturber animaux et végétaux par la pollution lumineuse qu'il génère. La publicité est aussi jugée coupable de pousser à la surconsommation. Tout cela a des conséquences sur l'environnement, en termes de gaspillage des ressources limitées de la planète. C'est surtout la consommation électrique qui est mise en avant dans les observations réclamant un durcissement de la réglementation. De leur côté, les professionnels du secteur qui demandent des assouplissements au nom du dynamisme économique, insistent sur leurs engagements en faveur de la sobriété énergétique. Les règles de l'extinction nocturne font l'objet de propositions opposées.

Observation n°1 de M. Charles-Henri DOUMERC, Union de la Publicité Extérieure (UPE) sur le registre dématérialisé (également transmise sur le registre du Raincy) :

« ...L'impression visuelle de « publicités » dans de nombreux secteurs n'existe que par la confusion faite entre enseignes et publicités. Depuis ces 10 dernières années, le nombre de dispositifs publicitaires implantés en France a été divisé par deux... »

Les autres contributions dénoncent un trop-plein de publicité.

Observation n°8 de M. Olivier PATTE sur le registre dématérialisé :

« ...La multiplication des affichages publicitaires nuit également à la qualité de vie des habitants, en créant une véritable pollution visuelle dans l'espace urbain. Cette saturation publicitaire peut engendrer du stress, de la fatigue visuelle, voire même avoir des impacts négatifs sur la santé mentale. C'est pourquoi, je demande une interdiction progressive des affichages fixes et publicitaires lumineux en ville, en commençant par ne plus en installer de nouveaux, puis en supprimant progressivement ceux déjà fixés au sol... ».

Observation n°12 de Mme Ann SIMPSON sur le registre dématérialisé :

Il y a un enjeu majeur à lutter contre la pollution visuelle de la publicité dans nos villes

Observation n°13 de Mme Anissa HAMROUN sur le registre dématérialisé :

En tant que citoyenne, je me sens harcelée dans mon quotidien par la publicité qui prône sans relâche la surconsommation. A l'heure de l'inflation, de la consommation responsable et de la sobriété, avons-nous besoin de panneaux lumineux et affichages en 4x3 intempestifs partout dans la ville ?

Observation n°16 de M. Corentin LECOURT sur le registre dématérialisé :

En tant que citoyen, je souhaite qu'on réduise drastiquement la pollution visuelle liée aux affichages publicitaires.

Observation n° 17 de M. Nicolas PERGUET, de l'association ALTERNATIBA Rosny sur le registre dématérialisé

Limitons drastiquement la publicité et interdisons toutes les publicités lumineuses et numériques (...) Je souhaite que les lieux piétons où circulent des enfants, trajets vers les écoles soient totalement exempts de publicité.

Observation n° 19 de Mme Manuela VAINQUEUR sur le registre dématérialisé

Panneaux numériques et enseignes lumineuses : Merci aux entreprises de donner le bon exemple : qu'elles cessent de nous polluer visuellement avec leurs enseignes lumineuses de jour comme de nuit ! Quant aux panneaux numériques, quels sont leurs intérêts sinon de saturer nos cerveaux en information ?!

Observation n°24 de M. Francis REDON, (Environnement 93, Union des associations de l'environnement de Seine-Saint-Denis),

Publicité supportée par les palissades de chantier. L'agression publicitaire des chantiers, spécifiquement pour les programmes immobiliers, ne peut se cumuler avec les nuisances, en particulier sonores, engendrées par ces chantiers. Le nombre de publicités supportées par des palissades de chantier [doit être] limité est limité à 1 par voie bordant le chantier et concernant le projet (et non 2 par voie bordant le chantier) et la surface unitaire des dispositifs [doit être] limitée à 8 m² (et non limitée à 10,5 m²)

Observation n° 26 de Mme Brigitte MAZZOLA, (Environnement Dhuis et Marne/ENDEMA93).

« ...Le RLPi est une opportunité pour lutter contre la pollution visuelle et mettre en place des mesures favorables à la transition écologique en limitant les dispositifs lumineux et en interdisant les dispositifs numériques, dispositifs qui sont les plus impactants pour l'environnement... »

Réponse du maître d'ouvrage :

La concertation et l'enquête publique montrent la grande sensibilité des habitants à l'impact de la publicité extérieure sur leur cadre de vie. Le RLPi de Grand Paris Grand Est a pour ambition de répondre à ces préoccupations et de limiter l'impact de la publicité sur le cadre de vie et l'environnement, d'une manière équilibrée prenant en compte les acteurs économiques du territoire.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission comprend que pour Grand Paris Grand Est, ce projet de RLPi a dû concilier les attentes de la population en matière de cadre de vie et les intérêts des acteurs économiques, il en résulte une solution médiane qui a été trouvée à l'issue d'un long travail d'élaboration de l'EPT et de ses 14 communes.

Eclairage/énergie

Dans leurs contributions, les professionnels détaillent leurs engagements pour réduire la consommation énergétique des publicités.

Observation n°1 de l'Union de la publicité extérieure (UPE) sur le registre dématérialisé

« ...La communication extérieure est un média engagé en faveur du plan de sobriété énergétique. Le 8 mars 2022, l'UPE met en ligne, en toute transparence, son calculateur d'empreinte carbone des campagnes publicitaires, une première dans l'univers des médias en France (...) Les leviers d'action mis en œuvre : réduction de la consommation énergétique moyenne des dispositifs lumineux grâce à la poursuite du remplacement des éclairages néons par des éclairages LED ; réduction de la consommation énergétique moyenne des publicités numériques grâce au remplacement progressif des dispositifs par la nouvelle génération de matériels plus performants ; mobilisation des investissements nécessaires à l'équipement des publicités lumineuses en dispositifs de programmation et/ou de pilotage à distance pour permettre l'extinction de 1 heure à 6 heures partout en France (...)

La communication extérieure représente 0,028 % de la consommation énergétique totale de la France (0,145TWh/ 510 TWh) ; 0,4 % de la consommation totale des technologies de l'information et de la communication (TIC). Elle est 6 x plus sobre en énergie que le digital, 17 x plus sobre en énergie que la télévision (rapportée au volume de contacts / à l'audience touchée)... »

Observation n° 18 de Mme Nathalie MAZIC, (Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE))

« ...Le SNPE s'est engagé en 2020 dans une politique d'amélioration sur 10 ans de l'impact environnemental de la publicité extérieure afin de tendre vers l'objectif de neutralité carbone.

- ❖ *Une réduction de 40 % des consommations énergétiques*
- ❖ *Une réduction de 40 % des émissions de CO²*
- ❖ *Le recyclage de 100 % des matériaux pour la fabrication et l'exploitation des mobiliers... »*

Concernant certaines dispositions du projet de RLPi, l'UPE (observation n°1 du registre dématérialisé) demande :

- *d'autoriser l'éclairage par projection des bâches,*
- *de fixer à 2m² la surface cumulée des publicités lumineuses, y compris numériques, situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local commercial et y associer les règles d'extinction prévues dans les dispositions générales,*

Le SNPE (observation n°18 du registre dématérialisé) juge illégale l'interdiction de l'éclairage des dispositifs par projection (au moyen de spots ou rampes d'éclairage) et demande son retrait. Cette disposition du projet de RLPi a « *pour conséquence d'interdire de manière générale et absolue les dispositifs éclairés par projection, sans aucune justification tirée de la protection du cadre de vie, et de n'autoriser que les dispositifs éclairés par transparence. Cette disposition est également entachée d'une erreur de droit. En effet, le code de l'environnement n'a jamais*

entendu distinguer ces deux procédés de publicité lumineuse qui sont soumise aux mêmes dispositions en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien, d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses.

6 observations s'appuient sur les études de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) pour demander la limitation, voire l'interdiction des panneaux lumineux. Certaines qui dénoncent une « pollution lumineuse », mettent en avant les risques pour la biodiversité et pour la santé humaine.

Observation n°8 de M. Olivier PATTE sur le registre dématérialisé :

« ...Selon l'ADEME, ces panneaux publicitaires peuvent consommer jusqu'à 2 000 kWh par an, soit l'équivalent d'une famille hors chauffage. Cela contribue fortement à l'augmentation de la consommation énergétique et des émissions de gaz à effet de serre (...) Les affichages publicitaires lumineux sont une source majeure de pollution lumineuse en ville. Celle-ci a des conséquences néfastes sur la faune nocturne, notamment les oiseaux qui peuvent être désorientés par la lumière artificielle et perturber leur comportement de migration et de reproduction... »

Observation n°9 d'Anonyme sur le registre dématérialisé :

« ...Une magnifique et substantielle économie sera réalisée en supprimant tout panneau lumineux en centre-ville et ailleurs. Savoir qu'un seul de ces grands panneaux consomme en électricité l'équivalent de la consommation d'un ménage me conforte dans ma démarche. J'espère que nos préposés à la gestion des installations qui se révèlent VRAIMENT d'utilité publique sauront résister aux sirènes, comme on dit, et agir pour le bien commun, en pensant au plus grand nombre... »

Observation n°10 de Mme Jennifer LAVALLE sur le registre dématérialisé :

« ...En ce qui concerne les panneaux lumineux, selon l'ADEME, un panneau publicitaire allumé de 2m² produit plus de 245kg de CO2 et consomme 2000kWh par an, soit quasiment l'équivalent de la consommation annuelle d'un ménage (hors chauffage et eau chaude)... »

Observation n°11 d'Anonyme sur le registre dématérialisé :

« ...D'après l'ADEME (...). Développer ce type de panneaux paraît donc particulièrement aberrant dans le contexte actuel de restriction énergétique et donne un très mauvais signal aux citoyens. En outre, ce type de panneau capte l'attention des personnes en déplacement de façon importante (automobilistes, cyclistes mais aussi piétons) et augmente donc les risques d'accidents de tous types... »

Observation n°14 d'Anonyme sur le registre dématérialisé :

« ...Lutter contre la pollution de la publicité dans nos villes est un enjeu majeur : selon l'ADEME... »

Observation n°16 de M. Corentin LECOURT sur le registre dématérialisé :

« ...N'oublions pas qu'en ce qui concerne les panneaux lumineux, selon l'ADEME (...). C'est une aberration de maintenir ce type d'affichage à l'heure où nous devons collectivement faire des économies d'énergie... »

Observation n° 17 de M. Nicolas PERGUET, de l'association ALTERNATIBA Rosny sur le registre dématérialisé :

« ...Je souhaite que les publicités rétroéclairées soient interdites partout, mais surtout dans les centres villes, dans les rues pavillonnaires, à proximité de lieux patrimoniaux, à proximité d'espace naturel ou de parc, à proximité des écoles ou à proximité de grands ensembles d'habitation. Elles sont une nuisance pour la biodiversité, pour la santé humaine, et constitue un gâchis d'énergie... »

Observation n°20 de Mme Roxane CASINI sur le registre dématérialisé :

« ...En vue de préserver notre santé mentale, nous n'avons pas besoin en tant que particulier d'affichage lumineux dans les zones d'habitations. Je vous demande donc de limiter cet affichage lumineux aux centres commerciaux bien qu'en vue du plan climat je trouve que ce soit un non-sens... »

Observation n°21 de M. Loïc LELARDOUX, au nom de la Maison de la Biodiversité Paris Est sur le registre dématérialisé

« ...La pollution lumineuse de jour et de nuit est l'une des principales causes de la disparition des insectes et nous savons aujourd'hui que ceux-ci sont indispensables à l'équilibre de l'ensemble de la biodiversité. L'académie nationale de médecine demande à classer l'exposition à la lumière la nuit dans la liste des agents perturbateurs endocriniens. (...) Ainsi, nous considérons que le projet de RLPi ne mentionne pas l'impact considérable de la pollution lumineuse. Nous demandons l'interdiction totale de la publicité lumineuse dans l'espace public. Nous émettons un avis **DEFAVORABLE** au projet... »

Observation n°24 de M. Francis REDON, (Environnement 93, Union des associations de l'environnement de Seine-Saint-Denis),

« ...Le RLPi ne doit pas être une surcharge à l'ensemble de tous les vecteurs qui agressent les citoyens en particulier par la communication numérique. A ce titre la maîtrise de la pollution lumineuse doit être un axe essentiel du RLPi... »

Observation n° 26 de Mme Brigitte MAZZOLA, (Environnement Dhuis et Marne/ ENDEMA93).

La loi Climat & Résilience n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets permet de prévoir «des prescriptions techniques à respecter pour les publicités lumineuses et **enseignes lumineuses** situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial via le RLP... »

Dans le rapport de présentation du projet, les enseignes lumineuses ne sont pas citées.

Observation n°27 de Mme Sylvie VANDENBRI, de l'association Les Amis Naturalistes des Coteaux d'Avron (ANCA).

« ...Notre avis cible principalement la pollution lumineuse, induite par les diverses formes d'enseignes publicitaires (...). L'ANCA demande une étude de la trame noire du territoire dans ce projet de RLPi. (qui concernent les espèces nocturnes, les chiroptères notamment). Les trois carrières de Gagny sont fréquentées par des chauves-souris. Il faut limiter l'éclairage entre les 3 carrières pour renforcer la trame noire. Le parc des Coteaux d'Avron à Neuilly-Plaisance est longé par la zone d'activité des Chanoux, qui est en ZP3. La nuit, elle est éclairée comme en plein jour et produit un effet répulsif sur la faune nocturne. Etc L'ANCA émet un avis défavorable sur ce projet de RPLi... »

A noter : une coquille p113 du rapport « Les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées **par projection** ou les publicités numériques sur mobilier urbain ».

Réponse du maître d'ouvrage :

Ces observations montrent à nouveau la grande sensibilité des habitants à la publicité lumineuse, particulièrement à la publicité numérique, et la pertinence d'une réglementation locale restrictive.

Observation n°18 : -

Si le dernier alinéa de l'article R581-34 du code de l'environnement soumet les dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence aux règles applicables à la publicité non lumineuse, aucune disposition n'interdit au RLPi de

prévoir des règles particulières à ces dispositifs ou de prévoir des règles différentes entre les dispositifs éclairés par projection et les dispositifs éclairés par transparence.

Les dispositifs d'éclairage par projection s'ajoutent au volume et à la surface des dispositifs publicitaires, augmentant ainsi leur impact visuel et esthétique, alors que les dispositifs d'éclairage par transparence sont intégrés aux dispositifs publicitaires et demeurent invisibles.

Commentaire de la commission d'enquête

Concernant l'éclairage des affiches, il semble difficile d'apprécier la différence d'impact visuel entre un dispositif par projection et à un autre par transparence qui est évoquée par le maître d'ouvrage. Cependant un règlement local pouvant être plus restrictif que la réglementation nationale et prévoir des règles particulières, la commission prend acte de l'interdiction de l'éclairage des dispositifs par projection.

Par ailleurs, la commission aurait souhaité une réponse à l'observation 27 de l'ANCA sur l'éclairage. Certes, ce point rejoint le thème Zonage (ci-dessus) où GPGE explique que certaines dispositions du projet contribuent à la réduction de la pollution lumineuse, mais que le RLPi consacré à la publicité extérieure et aux enseignes, ne peut à lui seul répondre aux enjeux de préservation de la trame noire. La commission s'attendait néanmoins à une réponse circonstanciée sur l'éclairage entre les 3 carrières de Gagny et sur celui du parc des Coteaux d'Avron à Neuilly-Plaisance, en lisière de zone d'activité des Chanoux.

Extinction nocturne

Dans leur contribution, les professionnels du mobilier urbain réclament une réduction de la plage horaire à 01h-06h.

Observation N°7 de M. Dominique MOZZICONACCI, et Mme Sophie CHEYREZY DHOLLANDE, de JCDECAUX, sur le registre dématérialisé (les observations 22 et 23 sur le registre dématérialisé, ainsi que l'observation 2 sur le registre des Pavillons-sous-Bois sont identiques)

« ...Les publicités lumineuses supportées par le mobilier urbain contribuent à la sécurité publique. Prévoir une extinction, hors abris destinés au public durant leurs heures de fonctionnement, de 01 h à 06 h... »

A l'inverse, plusieurs contributions sont satisfaites d'une extinction nocturne de 23h-06h. Certaines font des propositions plus restrictives.

Observation N°2 de M. Jacques LENAIN sur le registre dématérialisé :

« Je suis contre toute publicité lumineuse. Nos villes doivent retrouver le sens de la nuit ».

Observation N°11 d'Anonyme sur le registre dématérialisé

« ...Pour les panneaux lumineux qui ne pourraient pas être supprimés (arrêts de bus par exemple), il faudrait à minima imposer leur extinction entre 23h et 6h, période où il y a très peu de monde pour les regarder !.. »

Observation N°12 de Mme Ann SIMPSON sur le registre dématérialisé

« ...Extinction des panneaux lumineux et enseignes y compris sur le mobilier urbain entre 23h et 6h... »

Observation N°14 d'Anonyme sur le registre dématérialisé :

« ...Extinction des panneaux lumineux et enseignes y compris sur le mobilier urbain entre 23h et 6h... »

Observation N°15 d'Anonyme sur le registre dématérialisé :

« ...En tant qu'habitant de Rosny-sous-Bois, pour des raisons évidentes d'économies d'énergie et de pollution lumineuse, je demande (...) que les panneaux lumineux et enseignes (y compris le mobilier urbain) soient éteints entre 23h et 6h... »

Observation N°16 de M. Corentin LECOURT sur le registre dématérialisé :

« ...Extinction des panneaux lumineux et enseignes y compris sur le mobilier urbain entre 23h et 6h. N'oublions pas qu'en ce qui concerne les panneaux lumineux, selon l'ADEME... »

Observation N°20 de Mme Roxane CASINI sur le registre dématérialisé

« ...Je vous propose d'éteindre ses enseignes lumineuses à la fermeture des commerces (...). Cela permettra en vue du plan climat, d'économiser l'électricité... »

Observation N°24 de M. Francis REDON, (Environnement 93, Union des associations de l'environnement de Seine-Saint-Denis), sur le registre dématérialisé

«...obligation et modalités d'extinction. Les publicités et préenseignes lumineuses doivent être éteintes **entre 22 heures** et 6 heures. Cette obligation s'applique également à la publicité sur mobilier urbain, à l'exception de la publicité sur les abris-voyageurs... »

Observation n° 26 de Mme Brigitte MAZZOLA, (Environnement Dhuys et Marne 93/ ENDEMA93) sur le registre dématérialisé.

« ...Eteindre la publicité des abris bus après le passage du dernier bus
Eteindre les enseignes et vitrines des commerces et locaux d'activité pendant les heures de fermeture ou après la cessation d'activité.... »

Réponse du maître d'ouvrage :

Le RLPi prévoit d'étendre la règle d'extinction nocturne des publicités lumineuses de 23 heures à 6 heures, y compris pour la publicité supportée par le mobilier urbain, à l'exception de la publicité sur les abris-voyageurs.

Les professionnels du mobilier urbain réclament que la règle d'extinction nocturne soit celle définie par l'article R. 581-35 code de l'environnement dans sa rédaction issue du décret 2022-1294 du 5 octobre 2022 portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives aux règles d'extinction des publicités lumineuses et aux enseignes lumineuses, soit de 1 heure à 6 heures, à l'exception de celles supportées par le mobilier urbain affecté aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services (abris-voyageurs). En d'autres termes, ils réclament que la règle d'extinction fixée par le RLPi ne s'applique pas à la publicité lumineuse supportée par le mobilier urbain.

À l'opposé, plusieurs contributions approuvent l'obligation d'extinction des publicités lumineuses et réclament d'étendre la plage horaire d'extinction et/ou de supprimer l'exception accordée aux abris-voyageurs.

La règle proposée par le RLPi apparaît équilibrée.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission constate que GPGE n'a pas répondu aux observations demandant d'éteindre les enseignes lumineuses à la fermeture des commerces ou après la cessation d'activité.

Dans le bilan de la concertation du dossier d'enquête, il est écrit qu'« une extinction nocturne à horaire fixe a été préférée à une extinction après la fermeture dans un souci de facilité du contrôle des infractions ».

Notons que selon le Règlement :

« Les enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre 22 heures et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Pour rappel, les éclairages de vitrines de magasins de commerce ou d'exposition sont éteints à 1 heure du matin au plus tard ou 1 heure après la cessation de l'activité si celle-ci est plus tardive

et sont allumées à 7 heures du matin au plus tôt ou 1 heure avant le début de l'activité si celle-ci s'exerce plus tôt. »

La commission relève néanmoins qu'une marche de manœuvre est laissée en fonction de l'activité réelle des commerces.

5.2.3. Thème N° 3 les supports publicitaires

Ce thème concerne les observations relatives aux différents types de supports publicitaires y compris numériques, leur opportunité, leurs dimensions, hauteurs et modes d'implantation.

32 observations émanant en majorité de professionnels concernent cet aspect.

Le mobilier urbain :

Sa spécificité

Dans cette rubrique les observations évoquent la spécificité du mobilier urbain dont le principal objet est l'information du public.

Obs N°2 de Mme CHEYREZY-DHOLLANDE et de M. MOZZICONACCI (STE DECAUX) sur le registre dématérialisé

« ...La contribution rappelle la spécificité du mobilier urbain qui ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire car il a pour fonction première « les services apportés aux usagers et la communication des collectivités... »

« ...Propose d'insérer au Préambule du RLPi une mention pouvant être rédigée comme suit : « La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi ». Conséquence tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui serait pas opposable... »

Obs N°7 de M. Dominique MOZZICONACCI, (société JC DECAUX-FRANCE) sur le registre dématérialisé.

« ...Leur objet principal est bien, et uniquement, de communiquer de l'information. A la lecture de l'article L.581-3 du code de l'environnement, les mobiliers urbains d'information sont donc des dispositifs dont le principal objet est de recevoir des inscriptions, formes ou images destinés à l'information du public, qu'elles soient commerciales ou non... »

« ...le mobilier urbain qui ne peut être assimilé à un dispositif publicitaire car il accueille à titre accessoire de la publicité ; il a pour fonction première « les services apportés aux usagers et la communication des collectivités »

Afin d'assurer « lisibilité des textes et cohérence avec le code de l'environnement », elle préconise :

- d'insérer au Préambule du RLPi une mention pouvant être rédigée comme suit : « La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPi ». Conséquence tout article du RLPi non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui serait pas opposable.

« ... On distingue 5 types de mobilier urbain pouvant accueillir de la publicité : abris destinés au public, kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, colonnes porte-affiches, mâts porte-affiches, le mobilier urbain destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques... ».

La contribution juge « inutile que les Villes restreignent au sein du futur RLPi les implantations de mobiliers urbains aux abords des monuments historiques et autres sites protégés alors qu'elles en ont l'entière maîtrise dans le cadre de l'exécution de leur contrat de mobilier

urbain, ce qui leur permettrait par ailleurs de mieux prendre en compte le contexte local spécifique, pour chaque emplacement ».

Elle rappelle « que, par application de l'article R 421 25 du code de l'urbanisme, toute implantation de mobilier urbain en abords de monuments historiques requiert le dépôt d'une déclaration de travaux et suscite l'accord préalable obligatoire de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF) ».

« ...Mais en l'espèce, l'argument qui consisterait à soutenir que des différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne saurait être recevable.

En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences... »

Sa Prédominance

Selon certains cette prédominance est préjudiciable à l'esprit de concurrence

Obs N°3 de M. TAVERNA (Affichage FIACHETTI) du registre dématérialisé :

« ... la densité publicitaire du mobilier urbain implantée sur le domaine public est supérieur de 95% à celle du domaine privé soit presque le double. » »...une inégalité d'implantation face au domaine public... »

« ..Il ressort du rapport de présentation que la publicité sur mobilier urbain est déjà très majoritaire sur le territoire de Grand-Paris-Grand-Est (66 %).

Tel qu'il est rédigé le projet RLPI aggraverait cette situation et engendrerait une distorsion de concurrence au bénéfice du concessionnaire... »

Observation N° 18 de Mme MAZIC (SNPE) du registre dématérialisé

« ...Afin de maintenir une concurrence loyale sur tout le territoire de Grand-Paris-Grand-Est, le SNPE soumet des propositions d'aménagements réglementaires permettant d'améliorer les équilibres du projet de texte et de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux... »

Obs N° 2 de Mme CHEYREZY-DHOLLANDE et de M. MOZZICONACCI (société JCDECAUX France) du registre de la commune des Pavillons sous-bois

« ...Demande d'insérer au Préambule du RLPI une mention pouvant être rédigée comme suit :
« La publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain est traitée dans les seuls articles visant expressément le mobilier urbain, sauf renvoi exprès à d'autres dispositions contenues dans le RLPI ». Conséquence tout article du RLPI non inclus dans les parties relatives au mobilier urbain ne lui serait pas opposable... »

Implantation et dimensions des supports publicitaires

Les palissades de chantier

Cette configuration est jugée trop importante pour certains :

Obs N°24 de M. REDON du registre dématérialisé

L'intéressé souhaite le libellé suivant : « ...nombre de publicités supportées par des palissades de chantier est limité à 1 par voie bordant le chantier et concernant le projet (et non 2 par voie bordant le chantier)

Format : La surface unitaire des dispositifs est limitée à 8 m² (et non limitée à 10,5 m²)

Les palissades de chantiers... »

Et à l'inverse souhaitable pour d'autres à l'instar de l'UPE qui demande que la publicité supportée par des palissades de chantier, soit possible en tout lieu du territoire (en limitant à 3 dispositifs par côté de voie ...).

Support mural

Obs N° 18 de Mme NAZIC (SNPE) du registre dématérialisé

Proposition SNPE : « Retirer le recul des 0,50 m de l'arête du mur. Ajouter la disposition suivante : un dispositif publicitaire ne peut masquer les chainages d'angles du mur qui le supporte.

« ... Parité de traitement avec le domaine public Réintroduction de la publicité sur support mural Il conviendrait d'autoriser les dispositifs sur support mural jusqu'au format 10,50 m² (surface de l'affiche 8m²)... »

« ...fusionner la ZP3a et la ZP3b et autoriser la surface totale, c'est-à-dire encadrement compris, des dispositifs sur support mural et scellé au sol comme suit : format autorisé jusqu'à 10,50 m² (Surface de l'affiche de 8m²)... »

Supports scellés au sol

Obs N° 20 de Mme Roxane CASINI du registre dématérialisé

« ...Je vous demande d'éviter les effets d'accumulation entre publicité scellée au sol et mobilier urbain et donc de supprimer tous les panneaux situés en zone majoritairement résidentielle ainsi que sur les axes routiers à partir du moment où la publicité est cumulée de plusieurs mobiliers urbains à faible distance, comme pour le même exemple mentionné ci-dessus proche de l'arrêt « Jean Moulin » bus 221 direction Gallieni « Rue Jules Guesde... »

Observation N° 1 de M. DOUMERC (UPE) du registre dématérialisé

Concernant la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

« ...supprimer la disposition sur l'implantation (« elle ne peut être placée à moins de dix mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie »). A défaut, retenir la proposition suivante : « Les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue) jusqu'à une distance de 5 mètres de ces façades ».

Supprimer aussi la disposition prévoyant qu'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol doit être implanté en retrait d'au moins 0,50 mètre de l'alignement... »

Observation N°3 de M. TAVERNA (Affichage FACHIETTI) du registre dématérialisé

« ...Supprimer la règle d'interdiction d'implantation d'un scellé au sol à moins de sa hauteur de la limite séparative voisine en conservant la règle nationale du h/2... »

Observation N° 18 de Mme NAZIC (SNPE) du registre dématérialisé

Proposition de rédaction « ...Un dispositif publicitaire scellé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie. Sur le même fonds, si la projection orthogonale du cadre du dispositif sur une baie principale a pour effet de la recouvrir entièrement ou partiellement, le dispositif devra être implanté en recul de 5 mètres de cette baie. Le terme « baie principale » désigne les fenêtres des pièces principales (séjour, salon, salle-à-manger ... »

« ... fusionner la ZP3a et la ZP3b et autoriser la surface totale, c'est-à-dire encadrement compris, des dispositifs sur support mural et scellé au sol comme suit : format autorisé jusqu'à 10,50 m² (Surface de l'affiche de 8m²)... »

Observation N° 26 Mme MAZZOLA (association DHUIS ET MARNE 93) du registre dématérialisé

« ...Affichage scellé au sol ou installé directement sur le sol : Limiter à 2m² et ne pas dépasser 2m de hauteur... »

Enseignes en toiture

Observations N° 25 de Mme PASQUALINI (UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELDS) du registre dématérialisé.

« ...S'agissant des publicités et préenseignes. Le RLPi interdit l'installation en toutes zones de ces dispositifs en toiture, qu'ils soient lumineux ou non lumineux (Art 2.1.3 du RLP). Une telle interdiction générale nous paraît très éloignée des enjeux ayant guidé l'approbation du RLPI... ».

« ...S'agissant des enseignes en toiture, nous demandons l'application de la règle de hauteur issue du RNP limitant la hauteur des enseignes en toiture à 1/5ème de la hauteur des façades, dans la limite de 6 mètres, lorsque les façades font plus de 15 mètres²⁴, afin de permettre de dimensionner la taille de ces enseignes proportionnellement aux façades qui les supportent.

« ...nous sollicitons une dérogation au principe d'interdiction des publicités et préenseignes lumineuses en toiture dans la zone ZP3b et l'application des règles du RNP encadrant la hauteur de ces dispositifs en fonction de la hauteur des façades, afin d'autoriser l'installation de publicités et préenseignes en toiture tout en garantissant une dimension de ces dispositifs respectueuse de l'harmonie et de la taille du bâti environnant... »

« ...S'agissant des enseignes en toiture, nous demandons l'application de la règle de hauteur issue du RNP limitant la hauteur des enseignes en toiture à 1/5ème de la hauteur des façades, dans la limite de 6 mètres, lorsque les façades font plus de 15 mètres²⁴, afin de permettre de dimensionner la taille de ces enseignes proportionnellement aux façades qui les supportent... »

« ...nous demandons que le rapport de présentation soit corrigé s'agissant de la présentation des enseignes numériques en toiture du centre commercial Rosny 2... »

Supports numériques

Obs N°18 de Mme Nathalie MAZIC (SNPE) du registre dématérialisé

« ...Il ressort du projet de RLPI que la publicité numérique est réservée aux seuls mobiliers urbains publicitaires. Cette disposition est illégale dans la mesure où elle engendre une inégalité de traitement entre supports de publicité selon qu'ils sont implantés sur le domaine public ou le domaine privé... »

Observations N° 25 de Mme PASQUALINI (UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELDS) du registre dématérialisé

« ...Enfin, s'agissant des enseignes numériques, nous demandons la suppression des limitations en zone ZP3b et l'application de la règle du RNP permettant l'installation d'enseignes de toute nature en façade dans la limite de 15% de la surface de cette façade, ce qui permettra de garantir une signalisation effective des activités, sans pour autant autoriser des enseignes numériques en nombre et en format disproportionnés afin de garantir la protection du cadre de vie... »

Réponse du maître d'ouvrage

Mobilier urbain - Sa spécificité :

La spécificité du mobilier urbain est prise en compte dans le RLPi, en raison des services qu'il apporte aux usagers et au caractère accessoire de la publicité qu'il supporte. C'est pourquoi le mobilier urbain peut notamment être autorisé dans des secteurs dans lesquels d'autres formes de publicité sont interdites.

Mobilier urbain - Sa prédominance :

Les dispositifs publicitaires « privés » sont le plus souvent des panneaux de grande taille, 8 m² ou plus, alors que la majorité des publicités sur le mobilier urbain sont situées sur des abris-voyageurs ou sur du mobilier urbain d'information de type « sucettes », avec une surface unitaire limitée à 2 m².

L'inventaire réalisé pour l'élaboration du RLPi a relevé 344 dispositifs supportant des publicités d'une surface supérieure à 8 m², dont 56 sur mobilier urbain et 288 sur des dispositifs privés.

A supposer que le RLPi entrainerait la disparition de 60 % de ces dispositifs privés comme l'affirme sans le démontrer une des observations, leur nombre resterait supérieur au nombre de mobilier urbain.

Implantation et dimension des supports publicitaires :

Les associations de protection de l'environnement et les habitants demandent des dispositions plus contraignantes, les professionnels de l'affichage et leurs représentants demande des dispositions moins contraignantes, et si possible de revenir à la réglementation nationale.

La société Unibail Rodamco Westfield conteste toutes les dispositions du RLPi qui seraient plus restrictives que le règlement national, sans spécifier quels dispositifs d'enseignes ou de publicités installés sur le site du centre commercial Rosny 2 seraient remis en cause par le projet de RLPi. La tour des bureaux du centre d'affaires Rosny 2 est séparée du centre commercial Westfield Rosny2 par une voie publique, la rue Léon Blum. Le centre commercial et la tour constituent des immeubles distincts, es dispositifs situés sur la tour indiquant le centre commercial ou une enseigne présente dans le centre commercial sont donc des publicités ou des préenseignes.

Grand Paris Grand Est n'envisage pas de modifier les dispositions relevées dans ces observations.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête est consciente de la difficulté existante de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux.

Elle prend acte de la décision du maitre d'ouvrage de ne pas modifier les dispositions émises dans le RLPi ;

Toutefois elle renouvelle la suggestion relative à l'instauration d'une règle de densité pour l'implantation du mobilier urbain ce qui pourrait en modérer l'impact tout en conservant l'esprit principal du RLPi de préserver le cadre de vie des habitants

Questions complémentaires de la commission d'enquête :

Question N° 1 :

Dans ses dispositions générales (chapitre 2 § 1 – page 12), le règlement indique :

« La surface unitaire d'un dispositif publicitaire correspond à la surface du panneau publicitaire tout entier, encadrement compris.

La surface unitaire d'une publicité sur mobilier urbain correspond à la surface de la publicité, hors encadrement. »

Pourquoi cette différence de calcul des dimensions entre les supports ?

Réponse du maitre d'ouvrage

Les modalités de calcul de la surface unitaire des dispositifs publicitaires résultent de deux arrêts du Conseil d'État, (20 octobre 2016, n°395494 et 8 novembre 2017, n° 408801) qui précisent que « pour calculer la surface unitaire, il convient de prendre en compte, non pas la seule surface de la publicité lumineuse apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau litigieux tout entier. »

Le raisonnement exposé dans ces arrêts, rendus dans des litiges relatifs à des publicités lumineuses, s'applique à tous les dispositifs publicitaires.

En revanche, il ne s'applique pas à la publicité sur le mobilier urbain. En effet, l'article R.581-42 du code de l'environnement n'autorise l'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire qu'à titre accessoire eu égard à sa fonction. Les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires, le mobilier urbain ne devant pas avoir pour destination principale de recevoir des publicités. Dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie hors encadrement.

(Source : Ministère de la transition écologique et solidaire - Fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités - novembre 2019.)

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête prend acte de cette explication qui pourrait faire l'objet d'une annotation dans le règlement pour une meilleure compréhension.

Question N° 2

Le règlement (cf. page 23 et s.) autorise les dispositifs de petit format en toutes zones alors que ceux-ci ne sont pas énumérés dans le tableau des pages 102-103 du rapport relatif à la ZP1 ? Pourquoi cette différence entre les deux documents à propos de la ZP1 ?

Réponse du maître d'ouvrage

Il s'agit d'une erreur matérielle qui sera corrigée dans le RLPi soumis à l'approbation du conseil de territoire.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête a pris note de cette correction à venir.

Question N° 3

Le règlement (cf. page 24) autorise en ZP1, mais pas en ZP2 et en ZP3, « les préenseignes posées au sol sur le domaine public ». Pourquoi cette différence entre les zones à propos de préenseignes ?

Réponse du maître d'ouvrage

Les préenseignes posées au sol sur le domaine public sont une catégorie particulière des publicités scellés au sol ou installées directement sur le sol.

Elles sont citées en ZP0 et ZP1, car elles y sont autorisées par exception contrairement aux autres publicités scellés au sol ou installées directement sur le sol, qui y sont interdites.

Elles ne sont pas citées en ZP2 et ZP3, dans lesquelles les publicités scellées au sol ou posées directement sur le sol sont autorisées, ce qui inclut préenseignes posées au sol sur le domaine public.

Il s'agit de pouvoir autoriser les dispositifs de type chevalet ou porte-menu sur le trottoir devant les commerces.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête retient le but annoncé d'autoriser ces dispositifs, à savoir faciliter l'activité des commerces existants.

L'ajout de cette raison dans le règlement éclairerait le public et supprimerait toute interrogation sur l'interprétation des dispositions.

Question N° 4

Le règlement (cf. page 9) liste un certain nombre de gares de la ligne des Coquetiers « concernées par des dispositions spécifiques ». Lesquelles ?

Réponse du maître d'ouvrage

Il s'agit d'une erreur rédactionnelle, les gares de la ligne des Coquetiers sont soumises aux mêmes dispositions que les autres gares. La rédaction du règlement sera corrigée.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête a pris acte de cette réponse.

5.2.4. Thème N° 4 les impacts financiers

8 observations traitent des impacts financiers du projet de RLPi. Toutes émanent des professionnels. Les afficheurs et leurs représentants voient dans ce projet le risque d'une disparition de leur média et une discrimination au bénéfice des exploitants de mobilier urbain. Dans ce contexte, ils s'étonnent que le projet n'ait pas été précédé d'une étude d'impact économique et que ne soient pas prises en compte les pertes fiscales pour les collectivités et financières pour les particuliers.

Absence d'étude d'impact économique

Observation N° 1 de M. Charles-Henri DOUMERC sur le registre dématérialisé (Union de la Publicité Extérieure (UPE))

« Le projet de RLPi ne présente aucune étude d'impact économique et social et ce, tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux. Cette étude aurait pourtant pu éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et permis d'évaluer les conséquences du texte présenté. »

Observation N°3 de M. Michel TAVERNA sur le registre dématérialisé (AFFICHAGE FIACCHETTI)

« aucun diagnostic sur l'impact économique et social n'a été menée lors de l'élaboration du RPI... »

Réponse du Maître d'ouvrage

La réalisation d'une étude d'impact économique et social dans le cadre de l'élaboration d'un RLPi n'est prévue par aucune disposition législative ou réglementaire.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission prend acte de cette réponse. D'autres commentaires sont faits infra sur ce point.

Conséquences économiques et sociales du projet

Observation N° 1 de M. Charles-Henri DOUMERC sur le registre dématérialisé (Union de la Publicité Extérieure (UPE))

« ... les règles associées à chacune des zones ont un impact considérable à l'encontre du média de la communication extérieure « grand format ». En effet, le projet de RLPi détruit la présence du média dans le territoire intercommunal ... »

« Le projet de RLPi a pour conséquence [pour un opérateur] une perte sèche de 86 % du parc du dispositif « grand format » sur le domaine privé. Ce niveau de dépose entraîne une destruction du média. ... »

La contribution relève que le projet prévoit la modification de plusieurs règles pour les dispositifs scellés ou installés directement sur le sol (distance de la limite séparative de propriété,) qui devront être déposés puis reposés. Ces modifications « économiquement et écologiquement coûteuses ... n'apportent aucune plus-value environnementale »

Aussi, la contribution suggère de retirer ces dispositions ou de les amender (cf. § 3 « supports publicitaires).

Observation N°3 de M. Michel TAVERNA sur le registre dématérialisé (AFFICHAGE FIACCHETTI)

« Les inégalités présentées ... induites par le RPI auront pour conséquence directe :

- une perte sèche de 70% minimum des dispositifs publicitaires allant jusqu'à 90% soit un chiffre d'affaires annuel allant de 20 à 30% préjudice commercial et social grave
 - o Risque de licenciement économique

Les conséquences économiques directes et indirectes sont catastrophiques pour nous mais également pour les autres acteurs locaux »

Observation N°18 de Nathalie MAZIC sur le registre dématérialisé (le Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE))

« Cette forte diminution du parc publicitaire se poursuit aujourd'hui au fur et à mesure des révisions des RLPi qui engendreront à terme une baisse supplémentaire du nombre de dispositifs publicitaires estimée à 60 %.

C'est dans ce cadre normatif très restrictif que s'inscrit le nouveau RLPi de Grand-Paris-Grand-Est »

Réponse du Maître d'ouvrage

Les contributions ne présentent aucun élément permettant d'étayer les affirmations sur la diminution du nombre de dispositifs et les pertes d'exploitation qui résulteraient de l'application en raison du RLPi.

De nombreux dispositifs sont aujourd'hui non conformes à la réglementation en vigueur et ont vocation à disparaître, avec ou sans RLPi. La finalité d'un règlement local de publicité est d'établir des règles plus restrictives que la réglementation nationale, adaptées aux caractéristiques du territoire, en vue de la protection du cadre de vie.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête prend acte de la réponse apportée par le maître d'ouvrage.

Cette réponse aurait toutefois mérité de distinguer les dispositifs non conformes à la réglementation en vigueur voués à disparaître de ceux qui vont devoir être enlevés ou modifiés en raison de l'évolution de la réglementation, car c'est sur ces derniers que portent les contributions.

Observation N°25 de Mme Fausta PASQUALINI sur le registre dématérialisé (UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD)

« L'un des objectifs poursuivis par l'élaboration de ce RLPi était notamment de « 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 centres commerciaux (Rosny 2, Les Arcades).

Or, force est de constater que ni le rapport de présentation ni le règlement arrêté traduisent la volonté des auteurs du RLPi d'atteindre un tel objectif... »

Réponse du Maître d'ouvrage

Le RLPi prend en compte les besoins particuliers des zones commerciales en délimitant une zone spécifique ZP3b dans lesquelles les dispositions relatives aux enseignes sont moins restrictives que dans le reste du territoire.

Unibail Rodamco Westfield conteste toutes les dispositions du RLPi qui seraient plus restrictives que le règlement national, sans spécifier quels dispositifs d'enseignes ou de publicités installés sur le site d'un centre commercial situé sur le territoire seraient remis en cause par le projet de RLPi.

Commentaire de la commission d'enquête

Le projet régleme nte spécifiquement, en effet, les zones commerciales.

Par ailleurs, le règlement local de publicité, le cas échéant intercommunal, a pour vocation de permettre aux collectivités territoriales d'adapter la réglementation nationale en matière de publicité extérieure aux enjeux locaux et à la réalité des territoires.

Dans ce contexte, la commission d'enquête relève que ce projet distingue en effet la situation des zones commerciales pour lesquelles les dispositions relatives aux enseignes sont moins restrictives que dans le reste du territoire.

Question complémentaire de la commission d'enquête :

Des études relatives aux impacts économiques sur les diverses parties prenantes ont-elles été réalisées ?

Réponse du Maître d'ouvrage

Le RLPi a pour objectif premier la protection du cadre de vie. La réalisation d'une étude d'impact économique et social dans le cadre de l'élaboration d'un RLPi n'est prévue par aucune disposition législative ou réglementaire.

Ces données financières - dépenses et recettes liées aux dispositifs publicitaires ; part du territoire dans le chiffre d'affaires, etc.- sont propres à chaque société d'affichage publicitaire et ne sont pas publiques.

Commentaire de la commission d'enquête

Dans le prolongement d'un commentaire formulé plus haut, la commission d'enquête ne conteste pas que la réglementation n'impose pas d'étude d'impact économique et social préalablement à l'élaboration d'un projet de RLPi.

Une telle étude - certes établie à l'aide de projections, de standards et de moyennes - aurait toutefois l'intérêt d'estimer les conséquences des orientations envisagées, notamment sur l'activité de la filière de l'affichage extérieur et des emplois locaux associés. Elle aurait été de nature à mieux éclairer l'ensemble des parties prenantes qui auraient disposé d'une évaluation quantifiée permettant d'objectiver les impacts et ainsi d'anticiper et d'accompagner les éventuelles conséquences sociales, au-delà des considérations liées directement à l'amélioration du cadre de vie.

En conséquence, la commission d'enquête regrette l'absence d'une telle étude qui aurait permis de mieux apprécier les impacts économiques et sociaux du projet de RLPi.

Perte de ressources pour les collectivités et les bailleurs

Observations N° 7 et 22 du registre dématérialisé de M. Dominique MOZZICONACCI et Mme Sophie CHEYREZY DHOLLANDE (société JCDECAUX-France) et Observation N°2 du registre papier de la commune des Pavillons-sous-Bois

En préambule, la contribution rappelle :

- que les recettes publicitaires sur les mobiliers urbains permettent de financer les services qui leur sont rattachés (information municipale, affichage administratif et libre, abris voyageurs, journaux électroniques, taxe locale sur la publicité extérieure ou redevance...).

Observation N°18 de Nathalie MAZIC sur le registre dématérialisé (Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE))

« ce RLPi privera les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières.

Les entreprises de communication extérieure (publicité extérieure et enseignes) acquittent chaque année auprès des villes la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) permettant de contribuer significativement au budget de fonctionnement communal.

Les sociétés d'affichage contribuent en outre au pouvoir d'achat des bailleurs privés qui louent leur propriété à des fins publicitaires en échange du versement d'un loyer qui représente un complément de ressource non négligeable, équivalent pour la plupart d'entre eux à un treizième mois de salaire ou de retraite »

Réponse du Maître d'ouvrage

La taxe locale sur la publicité extérieure est une taxe facultative, instaurée sur délibération des conseils municipaux. Les orientations et les dispositions réglementaires du RLPi ont été élaborées dans l'objectif de protéger le cadre de vie, en étroite concertation avec les communes qui ont pris en compte les diminutions éventuelles des recettes de cette taxe.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête prend note de cette réponse.

Observation N° 1 de M. Charles-Henri DOUMERC sur le registre dématérialisé (Union de la Publicité Extérieure (UPE))

« Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante des GAFAM sur le marché publicitaire » « sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE) ni pour l'emploi local »...

« La multiplication des conditions d'implantations conjuguée à un zonage très restrictif conduit à une quasi-impossibilité au média d'exister par application du RLPi arrêté à ce jour ».

Réponse du Maître d'ouvrage

Les questions de concurrence entre les différents canaux de diffusion de la publicité (Publicité extérieure, presse écrite, radio, télévision, réseaux sociaux numériques, etc.) ne relèvent pas du RLPi qui a pour objectif la protection du cadre de vie.

L'affirmation sur « une quasi-impossibilité au média d'exister par application du RLPi arrêté à ce jour » ne s'appuie pas sur une démonstration.

Commentaire de la commission d'enquête

Si le RLPi a bien évidemment pour objectif la protection du cadre de vie et si un dispositif publicitaire ne doit pas être considéré comme un dispositif pérenne qui créerait un droit acquis, il est permis de penser que l'objectif affiché du RLPi de limiter la publicité extérieure se traduise par une augmentation de la publicité sur les autres canaux.

Observation N°3 de M. Michel TAVERNA sur le registre dématérialisé (AFFICHAGE FIACCHETTI)

« Le domaine public ne souffre d'aucune de ces règles forçant ainsi l'exploitation uniquement par le biais des collectivités »

« ...l'impossibilité de s'implanter sur le domaine public. Le marché du mobilier urbain est soumis aux appels d'offres qui imposent de justifier les ressources financières inaccessible aux petites entreprises »

Observation N°18 de Nathalie MAZIC sur le registre dématérialisé (Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE))

«... le projet de RLPi engendre une inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé, notamment en matière de format.....

Afin de maintenir une concurrence loyale sur tout le territoire de Grand-Paris-Grand-Est, le SNPE soumet des propositions d'aménagements réglementaires permettant d'améliorer les équilibres du projet de texte et de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux....

... disposition est illégale dans la mesure où elle engendre une inégalité de traitement entre supports de publicité selon qu'ils sont implantés sur le domaine public ou le domaine privé. Cette inégalité de traitement selon le lieu d'implantation ne peut trouver son fondement dans le code de l'environnement encore moins en l'espèce au regard des nécessités de protection de l'environnement et du cadre urbain.....

..... La publicité est interdite de manière générale et absolue sur le domaine privé, quel que soit le support utilisé. La publicité sur mobilier urbain est en revanche autorisée jusqu'au format 8m² (12m² moulures comprises) et engendre une inégalité de traitement entre entreprises de publicité extérieure.

Observation N° 3 de Mme Marina FIACCETTI sur le registre papier de la commune de Gagny

« Nous sommes intervenus ce jour pour signaler la discrimination dont est victime notre secteur particulier de l'affichage dans le domaine privé. Ces restrictions prévues dans la réglementation mettent en péril notre activité à court terme. Nous déposons un document écrit de 6 pages pour appuyer notre propos. NOTE : Le document est agrafé en page 7 du registre. Il a été aussi déposé sur le registre numérique (voir observation 3) »

Réponse du Maître d'ouvrage

Voir les réponses formulées plus haut sur le mobilier urbain, sa spécificité et sa prédominance. Le RLPi peut prévoir des dispositions particulières pour le mobilier urbain, en raison des services qu'il apporte aux usagers et au caractère accessoire de la publicité qu'il supporte. En revanche, le RLPi ne fait pas de distinction entre les dispositifs publicitaires situés sur le domaine privé et ceux situés sur le domaine public, dès lors qu'il ne s'agit pas de mobilier urbain.

Commentaire de la commission d'enquête

On sait que le code de l'environnement fait une place à part au mobilier urbain « eu égard à sa fonction », ce que traduit le projet de RLPi.

Dans ce contexte, il apparaît néanmoins que « le RLPi ne fait pas de distinction entre les dispositifs publicitaires situés sur le domaine privé et ceux situés sur le domaine public, dès lors qu'il ne s'agit pas de mobilier urbain » alors que dans la ZP1 – la plus étendue du territoire – seuls les mobiliers urbains sont autorisés.

5.2.5. Thème N° 5 contrôle de la publicité

Du côté des professionnels, les représentants de la publicité extérieure font valoir que le cadre législatif et réglementaire en France est déjà le plus restrictif au monde, tandis que ceux du mobilier urbain, soulignent que les Villes ont entièrement la main sur l'installation des publicités.

Observation n°1 de M. Charles-Henri DOUMERC, (Union de la Publicité Extérieure (UPE) sur le registre dématérialisé (également transmise sur le registre du Raincy) :

« ...La communication extérieure est le seul média qui relève du code de l'environnement. Son cadre législatif et réglementaire est le plus complet et restrictif au monde. Depuis 2006, 17 lois, 3 ordonnances, 14 décrets dont 5 depuis novembre 2022 sont intervenus... »

Observation N° 18 de Mme Nathalie MAZIC, (Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE)

« ...Afin de comprendre les enjeux d'un RLPI, il est essentiel de rappeler que la publicité extérieure est le média le plus réglementé aux plans national et local. Ces durcissements normatifs successifs de notre secteur ont d'ores et déjà impacté drastiquement notre parc publicitaire : interdiction et suppression d'environ 500 000 préenseignes dérogatoires ; baisse de 50% du nombre de dispositifs publicitaires sur le domaine privé au cours des dix dernières années (de 200 000 à 98 000) ; réduction du format des panneaux publicitaires... »

Observation N°7 de M. Dominique MOZZICONACCI, et Mme Sophie CHEYREZY DHOLLANDE, (JCDECAUX France), sur le registre dématérialisé (les observations 22 et 23 sur le registre dématérialisé, ainsi que l'observation 2 sur le registre des Pavillons-sous-Bois sont identiques)

En toute circonstance, les Villes maîtrisent l'installation du mobilier urbain sur leur domaine public dans le cadre des contrats passés avec l'opérateur de leur choix. Le type de mobiliers (format, technologie, design, couleur, nombre), les emplacements et les conditions d'exploitation sont définis dans le cadre du contrat.

De nombreuses contributions s'indignent du taux élevé (42%) d'infraction à la législation nationale cité dans le dossier d'enquête et réclament une rapide mise en conformité. Deux associations, Environnement 93 et ENDEMA93, demandent un suivi dans l'application du règlement.

Observation N°10 de Mme Jennifer LAVALLE, n°11 d'Anonyme, n°12 de Mme Ann SIMPSON, N° 14 et 15 d'Anonyme, N°16 de M. Corentin LECOURT sur le registre dématérialisé :

Mise en conformité sans délai avec le règlement national, car 42% des affichages sont non conformes.

Observation n°24 de M. Francis REDON, (Environnement 93, Union des associations de l'environnement de Seine-Saint-Denis) :

En fonction de la masse de « non-conformités » détectées dans le rapport de présentation et des exigences du RLPI, le contrôle de ce nouveau règlement par la collectivité a été évoqué en CDNPS (Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites) sans réponse adaptée. L'EPT Grand Paris Grand Est doit manifester son intention de mettre en œuvre les moyens assurant l'application des exigences affichées.

Observation N° 26 de Mme Brigitte MAZZOLA, (Environnement Dhuys et Marne 93/ ENDEMA93).

Les dispositifs non-conformes doivent être retirés dès maintenant, sans attendre l'adoption du RLPI. Il est impératif que les autorités compétentes interviennent dès à présent.

Concernant l'élaboration et le suivi : le conseil territorial a prévu la tenue de comités constitués d'élus : comité de pilotage territorial, comité technique territorial, comités de pilotage communaux. Le public et les associations ne sont pas représentés. ENDEMA93 demande la formation d'un conseil citoyen de suivi. La création d'instances de coordination, adossées au territoire, permettraient d'assurer un meilleur suivi pour :

- la police de la publicité et des enseignes qui relève actuellement de la compétence des maires ou du préfet et après adoption du RLPI du territoire

- les contrats de mobilier urbain publicitaire et/ou non publicitaire et le financement du mobilier urbain par la publicité qui relève de la compétence des maires
- l'adoption d'une charte des enseignes, qui n'est pas opposable juridiquement mais a une valeur pédagogique, dans une situation où de très nombreux dispositifs sont en infraction ou seront à adapter au RLPi.

Questions complémentaires de la commission d'enquête :

Question N°1 :

Pouvez-vous rappeler les délais de mise en conformité une fois le RLPi adopté ?

Réponse du maitre d'ouvrage

Les délais de mise en conformité des dispositifs avec le RLPi sont précisés aux articles L.581-43 et R.581-88 du code de l'environnement :

Sous réserve de ne pas contrevenir aux dispositions antérieurement applicables,

- *les publicités et préenseignes mises en place avant l'entrée en vigueur du RLPi et qui ne lui sont pas conformes peuvent être maintenues **pendant deux ans** à compter de son entrée en vigueur (art. R.581-88-I),*
- *les enseignes mises en place avant l'entrée en vigueur du RLPi et qui ne lui sont pas conformes peuvent être maintenues **pendant six ans** à compter de son entrée en vigueur (art. L581-43, 1^{er} alinéa)*
- *les publicités lumineuses et les enseignes lumineuses situées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial qui n'est pas principalement utilisé comme un support de publicité et destinées à être visibles d'une voie ouverte à la circulation publique mises en place avant l'entrée en vigueur du RLPi et qui ne lui sont pas conformes peuvent être maintenues **pendant deux ans** à compter de son entrée en vigueur (art. L581-43, 6^{ème} alinéa),*

Par ailleurs, les enseignes, préenseignes et publicités mises en place en application d'un RLP communal devenu caduc au 13 juillet 2022 en application de l'article L. 581-14-3 du code de l'environnement peuvent être maintenues pendant deux ans, sous réserve de ne pas contrevenir à ces RLP communaux (art. L581-43, 5^{ème} alinéa). Ceux de ces dispositifs qui ne sont pas conformes au RLPi et qui ne contreviennent pas aux dispositions de la réglementation nationale - dispositions applicables antérieurement à l'entrée en vigueur du RLPi - pourront être maintenus pendant les durées indiquées ci-dessus à compter de l'entrée en vigueur du RLPi. Ceux de ces dispositifs qui ne sont pas conforme au RLPi et qui contreviennent à la réglementation nationale pourront être maintenus jusqu'au 13 juillet 2024.

Question N°2 :

Le taux élevé d'infraction a choqué de nombreux participants à l'enquête publique. Alors que le prochain règlement s'annonce plus restrictif, qu'est-il prévu pour le faire respecter ? Les maires garderont-ils le pouvoir de police ou un transfert de la compétence à l'EPT est-il prévu ?

Réponse du maitre d'ouvrage

- *Jusqu'à l'approbation du RLPi de Grand Paris Grand Est, les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le maire dans les communes de Livry-Gargan*

et Neuilly-sur-Marne, qui disposent chacune d'un RLP communal, et par le préfet du département dans les autres communes.

- *À compter de l'approbation du RLPi, les compétences en matière de police de la publicité seront exercées par les maires des 14 communes du territoire, qui mettront en œuvre les moyens nécessaires.*
- *Des formations à la réglementation de l'affichage publicitaire ont ainsi été proposées aux agents des communes par direction régionale et interdépartementale de l'environnement, de l'aménagement et des transports (DRIEAT).*
- *L'article 17 de la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 a prévu le transfert des compétences en matière de publicité au président de l'EPCI à fiscalité propre compétent en matière de plan local d'urbanisme à compter du 1^{er} janvier 2024.*
- *Les compétences en matière de police de la publicité seront alors exercées par le président de Grand Paris Grand Est. Toutefois, dans un délai de six mois à compter du transfert de compétence, un ou plusieurs maires pourront s'y opposer et, si au moins un maire s'y oppose, le président de Grand Paris Grand Est pourra y renoncer.*
- *Dans tous les cas, les moyens nécessaires à l'exercice des compétences en matière de police de la publicité seront mis en œuvre.*

Question N° 3 :

Le rapport de présentation énonce (cf. pages 51 et s.) le taux et le nombre de dispositifs non conformes, dont certains cumulent plusieurs infractions. Cette analyse a été faite au regard du Règlement national de la publicité.

Les éléments de cet inventaire ont-ils été confrontés aux règles envisagées dans le projet ? Si oui, quels résultats donne cette projection ?

Réponse du maitre d'ouvrage

Les dispositions du RLPi sont élaborées en fonction de critères liés aux caractéristiques du territoire, du paysage urbain et à la préservation du cadre de vie, indépendamment du nombre de dispositifs impactés, dès lors que ces dispositions n'ont pas pour effet d'interdire de manière générale et absolue la publicité.

L'inventaire a été réalisé au premier trimestre de l'année 2020, les dispositifs géolocalisés à cette période ne sont plus forcément représentatifs des réalités actuelles du territoire.

Il n'est pas possible d'analyser la conformité de l'ensemble des dispositifs existant aux règles proposées. Les données de l'inventaire nécessiteraient d'être mises à jour pour mener une telle analyse.

Commentaire de la commission d'enquête

1-sur la participation des associations

La commission note que GPGE n'apporte pas de réponse aux observations des associations concernant le suivi des dispositions du RLPi.

2-sur la mise en conformité des dispositifs

La commission apprécie les rappels et précisions qui seront utiles à la bonne compréhension de la population.

5.2.6. Thème N° 6 Autres problématiques

Mobilité et sécurité

Quelques observations ont mis l'accent sur la gêne apportée par les supports publicitaires pour le cheminement des piétons et sur la sécurité pour la circulation automobile.

Observation N° 20 de Mme CASINI du registre numérique**Ces observations sont basées sur les prescriptions du décret du 21 décembre 2006 relatives aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics**

« ... Je constate donc, que toute publicité au sol implantées sur les trottoirs, est nuisible à la bonne circulation piétonne et donc je demande de supprimer tout panneau publicitaire unique sur pied, obstruant ou pas le passage piéton sur les trottoirs de la ville de GAGNY pour toutes les raisons évoquées ci-dessus, comme par exemple : Rue Jules Guesde à Gagny 93220, voir page annexe, photo 1 et photo 2 « panneau non réglementaire » pour motif suivant : Passage trop étroit car tout juste 1 m de passage vers le mur brique rouge et moins d'un mètre côté route... »

Observation N° 11 d'un anonyme du registre dématérialisé.

« ...ce type de panneau capte l'attention des personnes en déplacement de façon importante (automobilistes, cyclistes mais aussi piétons) et augmente donc les risques d'accidents de tous types... »

Observation N° 17 M. PERGUET (association ALTERNATIBA)

« ...Je souhaite que les lieux piétons où circulent des enfants, trajets vers les écoles soient totalement exempts de publicité... »

Réponse du maitre d'ouvrage

Le respect des règles relatives à l'accessibilité de la voirie et des espaces publics ne relève pas de l'élaboration du RLPi. L'observation est transmise à la commune de Gagny.

La contribution n° 11 vise les dispositifs publicitaires numériques. Le RLPi ne les autorise que sur une portion limitée du territoire, dans les secteurs de publicité numérique, uniquement sur le mobilier urbain, dans la limite de 2 m². Le RLPi vise à la protection du cadre de vie et n'a pas pour objet de réglementer la publicité au regard de la sécurité routière. Certaines publicités sont interdites dans l'intérêt de la sécurité routière par les articles R.418-1 et suivants du code de la route.

Le RLPi n'a pas vocation à préserver de la publicité certaines catégories de population, ni à intervenir sur le contenu des publicités. La plupart des établissements scolaires sont situés dans la ZP1, qui recouvre la plus grande part des secteurs résidentiels du territoire. Ils sont ainsi préservés d'une présence trop forte de la publicité.

Commentaire de la commission d'enquête

La commission d'enquête est consciente que le RLPi a vocation à réglementer les divers moyens de présenter la publicité dans le respect des contraintes locales, mais n'a pas vocation à surveiller son contenu ou en contrôler son impact pédagogique.

Les avantages et les inconvénients d'une action publicitaire font partie des réflexions qui ont été faites en amont lors de la légalisation du concept publicitaire ; le RLPI n'intervient qu'une fois ce concept accepté.

Divers**Lisibilité des documents**Observation N° de Mme GIGOT du registre numérique

«Consultation du dossier et en particulier les cartes difficilement lisibles sur le site de l'enquête »

Réponse du maître d'ouvrage

Il s'agit de l'unique observation formulée sur la difficulté de consultation du dossier ou de la lecture des cartes. Ce point de vue individuel ne semble pas partagé.

Commentaire de la commission d'enquête

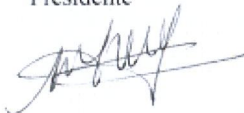
S'agissant de la lecture des cartes, cette observation est récurrente pour beaucoup d'enquêtes. La version numérique des cartes est toujours moins facile à lire que la version « papier » du fait parfois de leur échelle, toutefois il est toujours possible de venir les consulter sur place.

∞

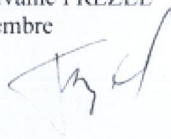
L'approche personnelle de la commission d'enquête au regard du projet, les observations des différents acteurs, étayeront les conclusions exposées dans la 2^{ème} partie de ce document.

19 JUIN 2023

La commission d'enquête
Nicole SOILLY
Présidente



Sylvaine FREZEL
Membre



Michel RELAVE
Membre

