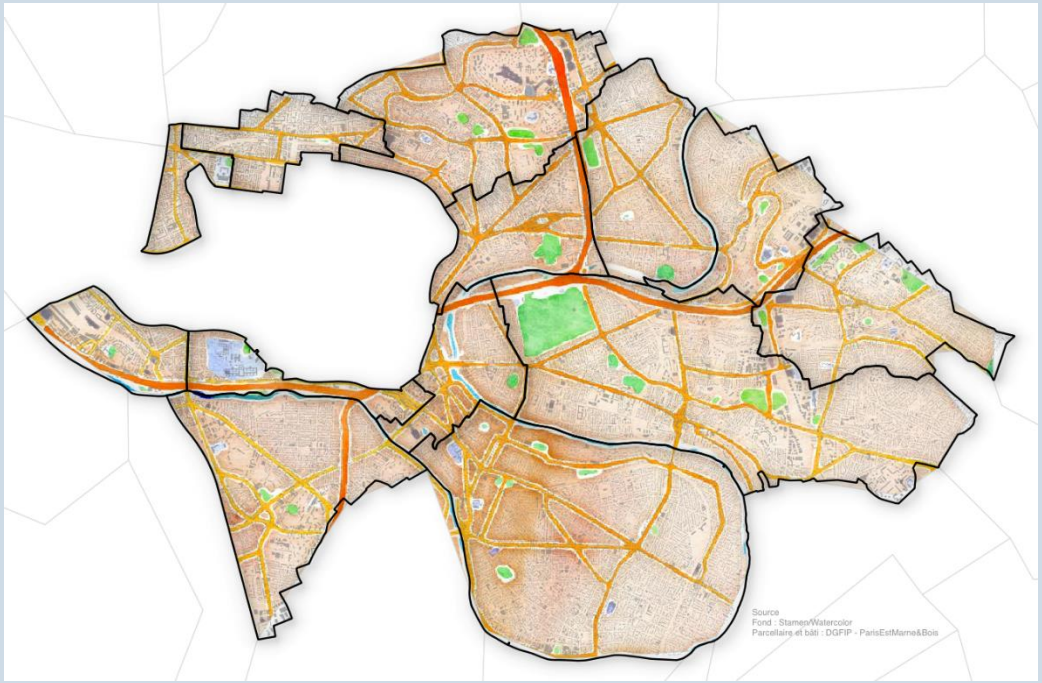
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL (RLPI)



Synthèse du diagnostic de la publicité extérieure sur le territoire ParisEstMarne&Bois

AVRIL 2019

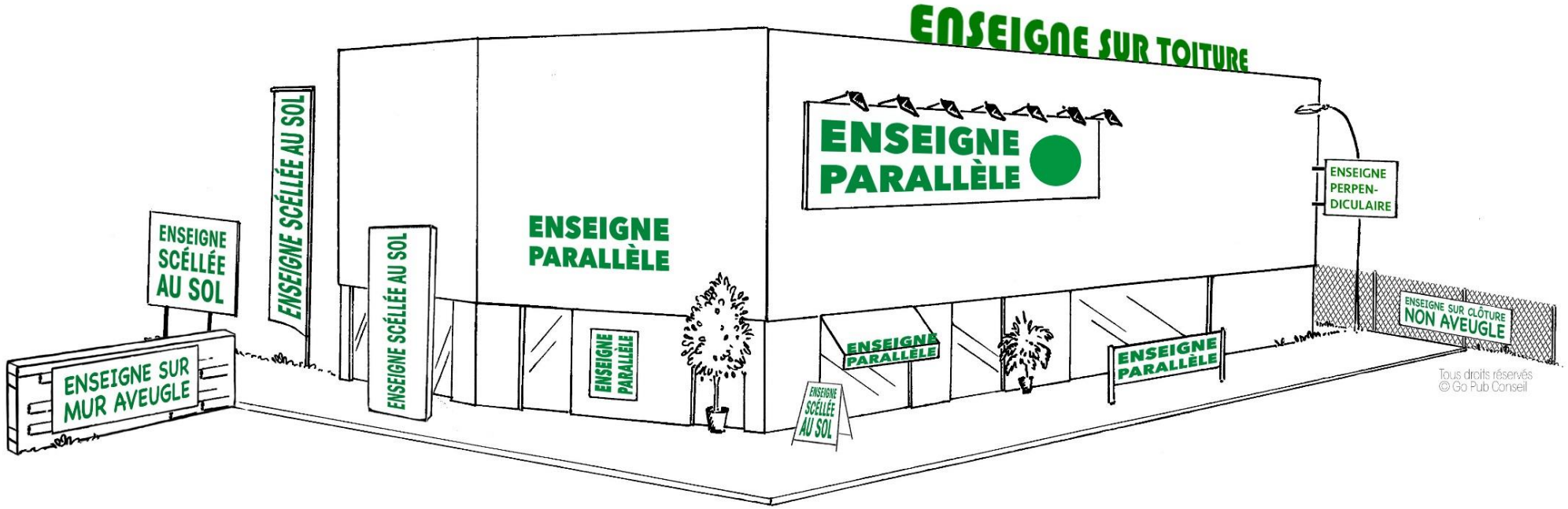
SOMMAIRE

1. Réglementation générale et spécificités locales en matière de publicité extérieure
2. Publicités et préenseignes
3. Enseignes
4. Objectifs du territoire en matière de publicité extérieure

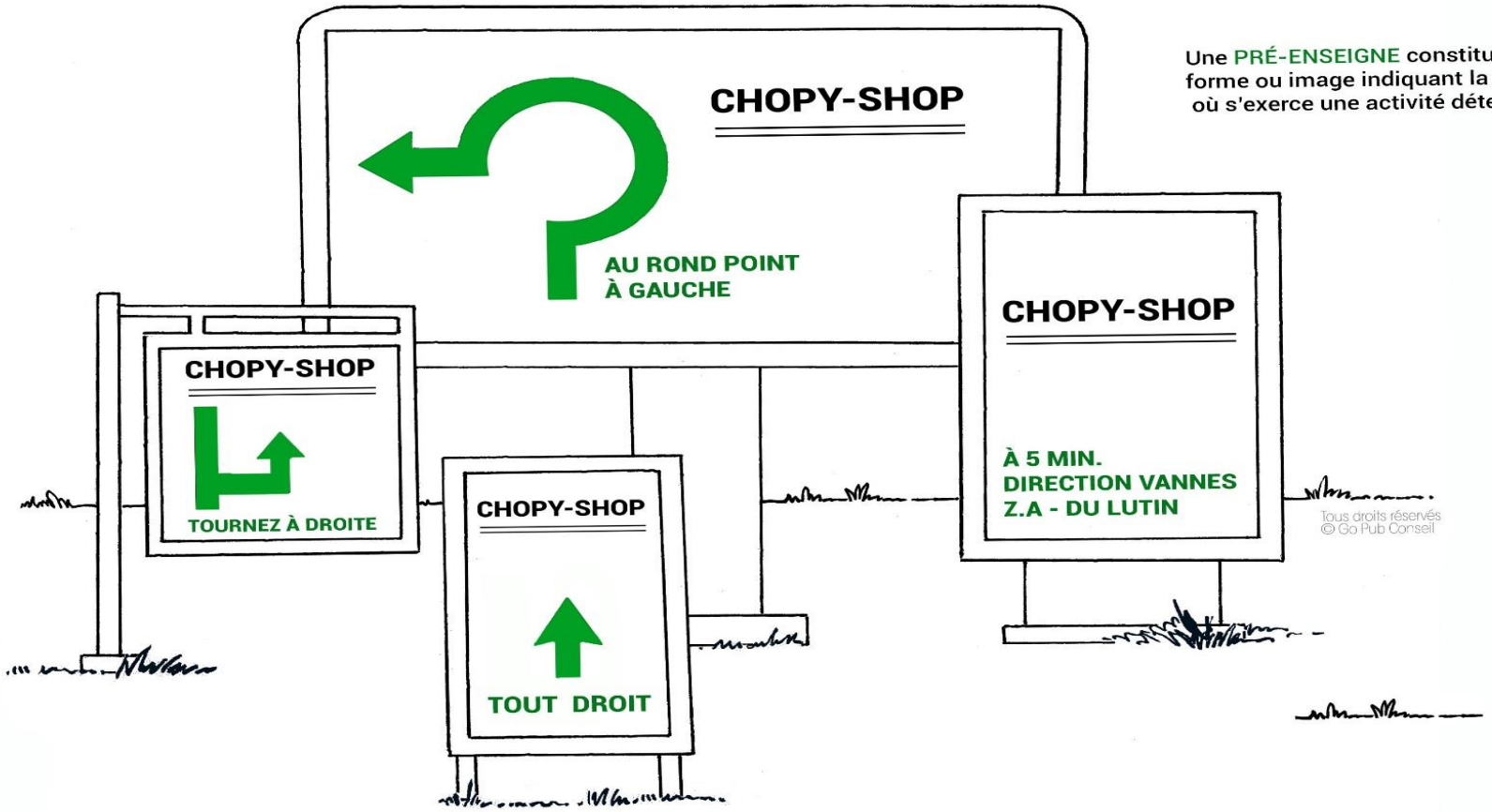
1. REGLEMENTATION GENERALE

DEFINITIONS

Une ENSEIGNE constitue toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
(article L581-3-2° du code de l'environnement)



DEFINITIONS



DEFINITIONS

Une **PUBLICITÉ** constitue, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir les dites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.
(article L581-3-1° du code de l'environnement)

CE QUE PERMET UN RLPI

Adapter localement les dispositions prévues par le code de l'environnement en matière :

- d'emplacements (muraux, scellés au sol, etc.), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien ;
- de types de dispositifs (bâches, micro-affichage, etc.) ;
- d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique ;
- de publicités et d'enseignes lumineuses (et en particulier numériques).

INTERET D'UN RLPi

Le RLPi est l'unique document règlementaire qui régit les publicités, les enseignes et les pré-enseignes.
Il permet de protéger le cadre de vie :

- en valorisant le patrimoine architectural et naturel ;
- en renforçant l'attractivité et le dynamisme des zones d'activités ;
- en améliorant l'image du territoire (centre-ville, entrées de ville…).

Il permet aux communes :

- d'instruire les demandes relatives à l'affichage extérieur ;
- d'exercer le pouvoir de police relatif à l'affichage extérieur.

CADRE DEMOGRAPHIQUE

Communes	Nombre d'habitants*
Bry-sur-Marne	16 905
Champigny-sur-Marne	77 883
Charenton-le-Pont	30 793
Fontenay-sous-Bois	53 968
Joinville-le-Pont	18 973
Le Perreux-sur-Marne	34 017
Maisons-Alfort	55 816
Nogent-sur-Marne	32 195
Saint-Mandé	22 963
Saint-Maur-des-Fossés	75 833
Saint-Maurice	14 406
Villiers-sur-Marne	29 407
Vincennes	50 300
Total	513 459

Le Territoire ParisEstMarne&Bois compte :

- 13 communes
- 513 459 habitants*
- Chaque commune constitue une « agglomération » de plus de 10 000 habitants.

Sont autorisés dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants :

- Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol ;
- La publicité lumineuse ;
- La publicité sur bâches ;
- Les dispositifs de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

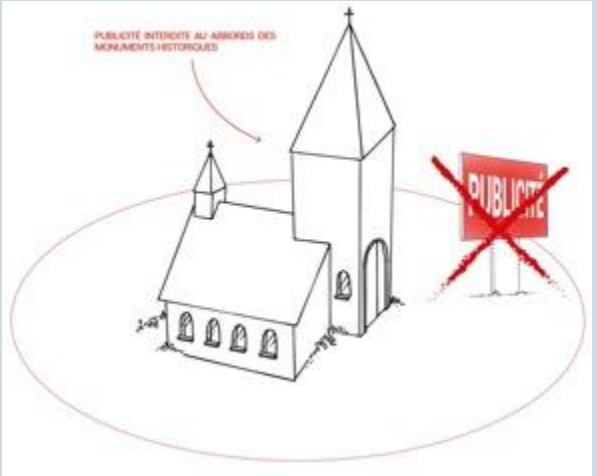
Le Territoire ParisEstMarne&Bois appartient à l'unité urbaine de Paris qui compte 10.706.072 habitants.

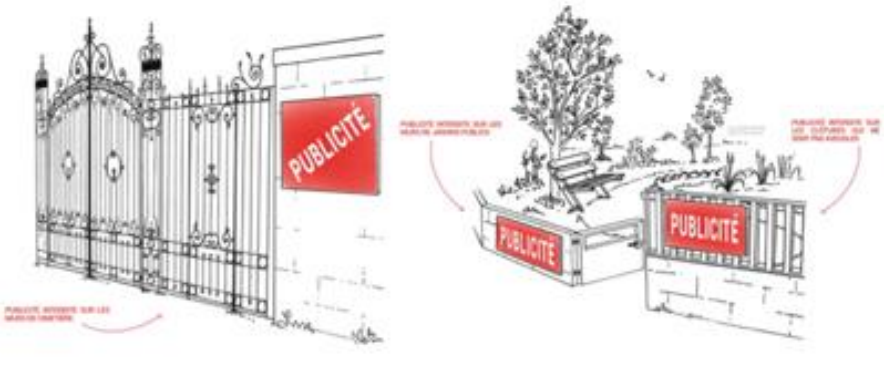
Unité urbaine = une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants

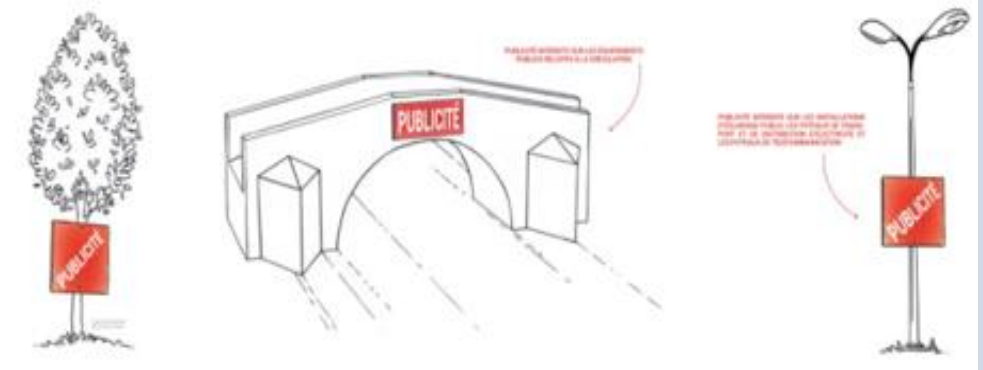
* Recensement INSEE 2016, population totale

INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITE

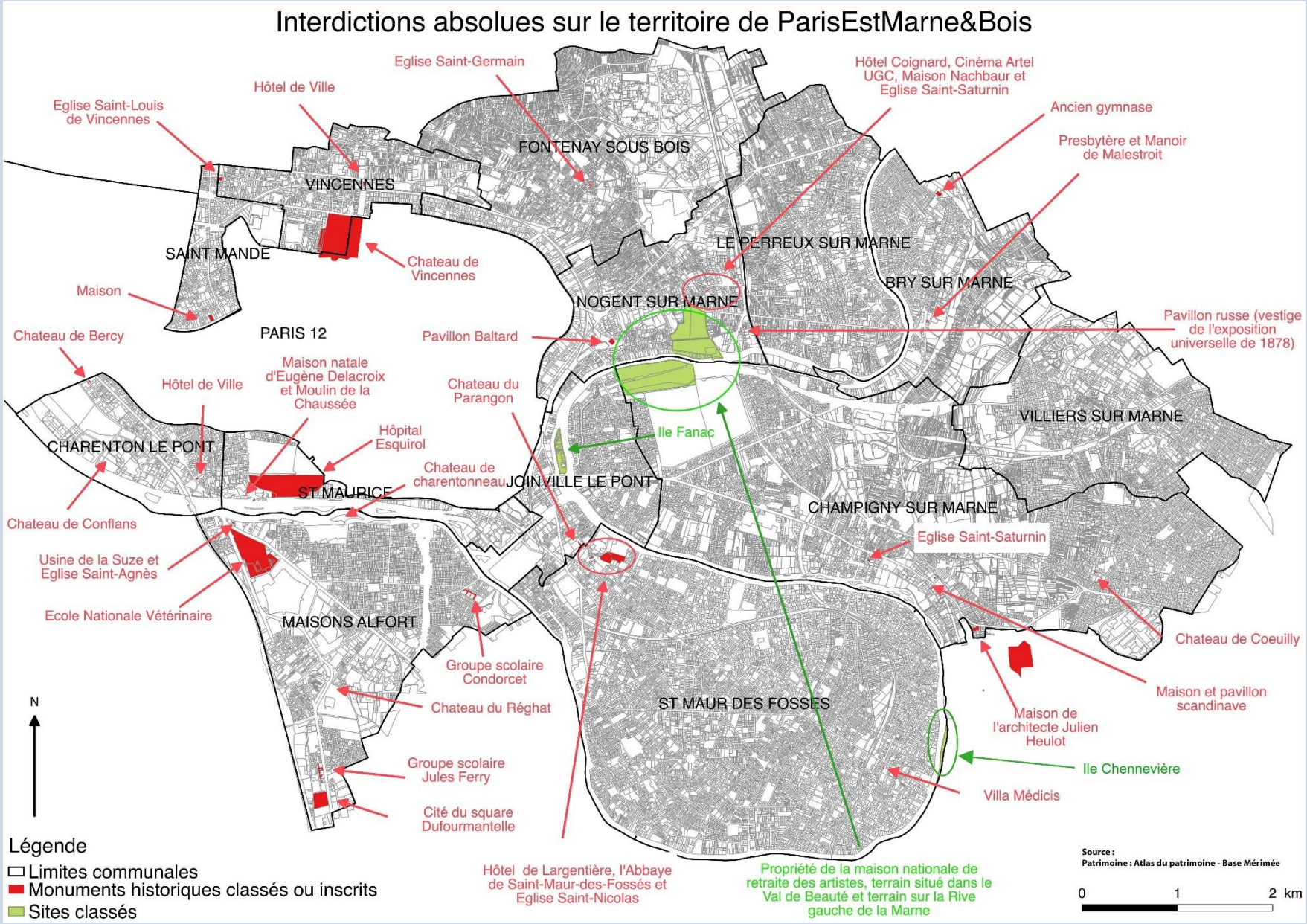
- Sur les monuments historiques classés ou inscrits
- Dans les sites classés
- Sur les arbres
- « Sur les plantations, sur les poteaux de transport et de distribution d'électricité, sur les équipements publics relatifs à la circulation, sur les murs de cimetière, sur les clôtures non aveugles, sur les murs de jardins publics » (Art. R.581-22 du C. env.)







INTERDICTION ABSOLUE DE PUBLICITE



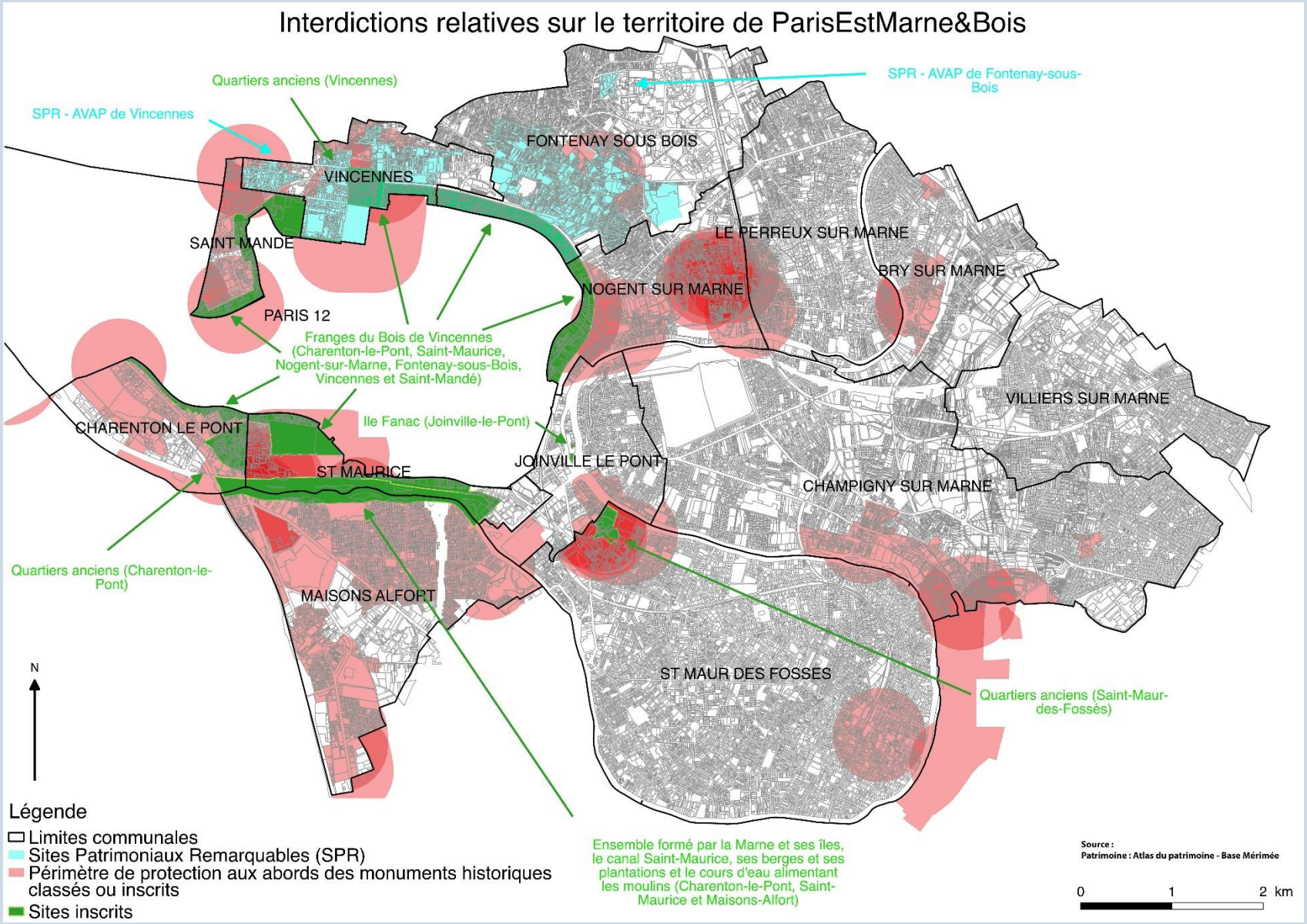
INTERDICTIONS RELATIVES DE PUBLICITE – DEROGATIONS POSSIBLES

Depuis la loi relative à la liberté de la Création, à l'Architecture et au Patrimoine du 7 juillet 2016, l'interdiction relative de publicité s'applique aux abords des monuments historiques classés ou inscrits. « La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. Ce périmètre peut être commun à plusieurs monuments historiques ».

- Cette protection au titre des abords s'applique aux monuments évoqués ci-avant ;
- Aux abords des monuments historiques des communes voisines : Fort de Champigny inscrit en 1979, et Château des Rêts inscrit en 1984 - Chennevières-sur-Marne ; Ancien studio cinématographique Albators inscrit en 1997 et Ancienne porcelainerie Samson inscrite en 1989 - Montreuil ; Hospice Saint-Michel inscrit en 1975, Musée national des Arts africains et océaniens classé en 1987, Jardin d'agronomie tropicale inscrit en 1965, Usine de la société urbaine d'air comprimé inscrite en 1994 – Paris ;
- Sites inscrits : Le site de l'ensemble formé par la Marne et ses iles, le canal Saint-Maurice, ses berges et ses plantations et le cours d'eau alimentant les moulins (inscrit en 1942 - Charenton-le-Pont, Saint-Maurice et Maisons-Alfort) ; Le site de l'île Fanac (inscrit en 1965 - Joinville-le-Pont) ; Les sites des Quartiers anciens de Charenton-le-Pont (inscrit en 1975), de Saint-Maur-des-Fossés (inscrit en 1975) et de Vincennes (inscrit en 1976) ; Le site des franges du Bois de Vincennes (inscrit en 1980 - Charenton-le-Pont, Saint-Maurice, Nogent-sur-Marne, Fontenay-sous-Bois, Vincennes, Saint-Mandé) ;
- Sites Patrimoniaux Remarquables : Aire de mise en Valeur de l'Architecture et du Patrimoine (AVAP) de Fontenay-sous-Bois (2015) et AVAP de Vincennes (2013).

NB : Contrairement aux interdictions absolues de publicité,
les interdictions relatives peuvent être levées (de manière limitative) via l'élaboration ou la révision d'un RLP(I).

INTERDICTIONS RELATIVES DE PUBLICITE – DEROGATIONS POSSIBLES



INTERDICTION ABSOLUE DE LA PUBLICITE SCELLEE OU INSTALLEE AU SOL

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite dans les espaces boisés classés (EBC) et dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme.

9 communes disposent d’espaces boisés classés (EBC) : Bry-sur-Marne, Charenton-le-Pont, Joinville-le-Pont, Le Perreux-sur-Marne, Maisons-Alfort, Nogent-sur-Marne, Saint-Mandé, Saint-Maurice, Villiers-sur-Marne.

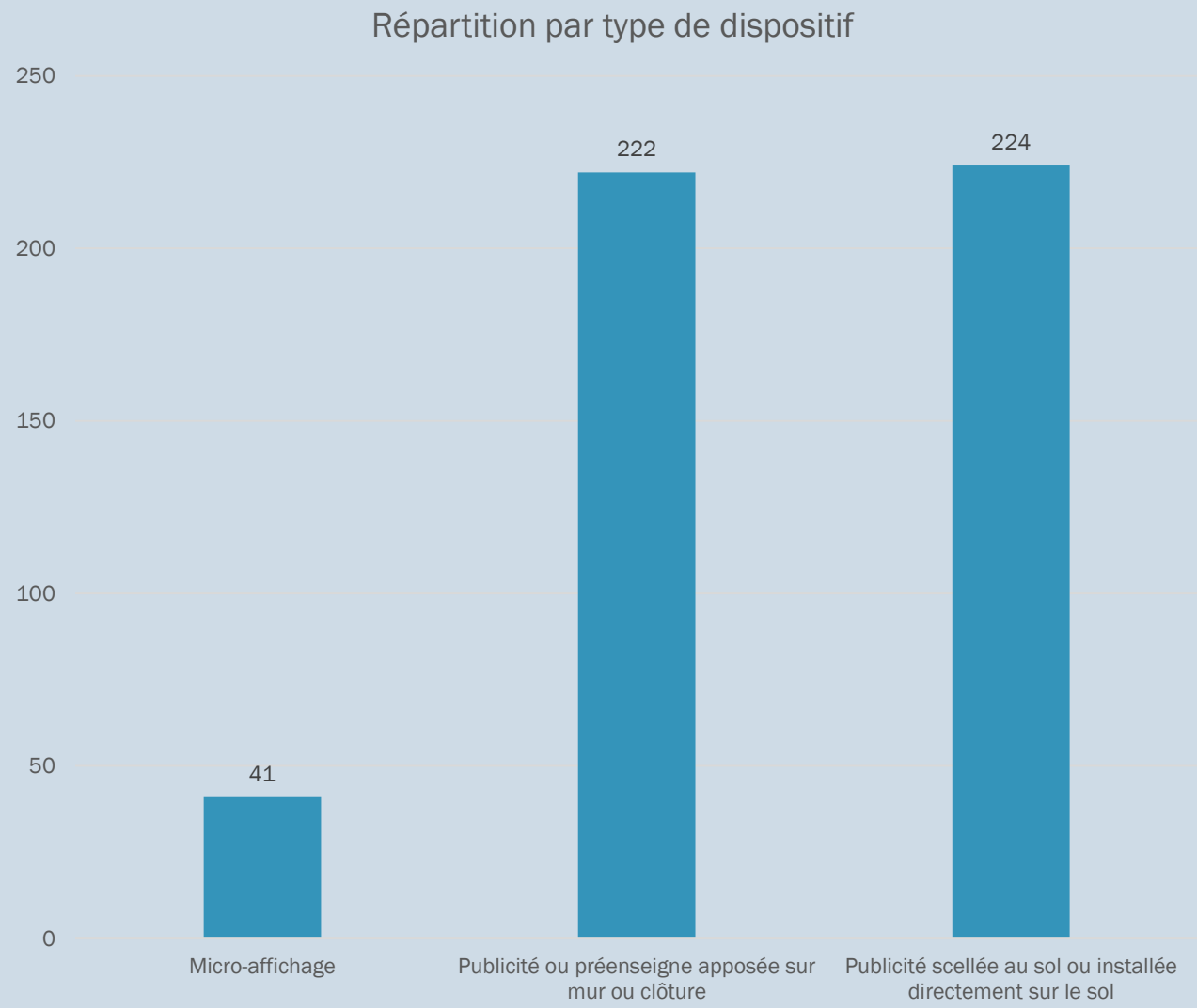
LES RLP DES COMMUNES DU TERRITOIRE PARISESTMARNE&BOIS

Communes	RLP 1ère génération	Révision	RLP 2ème génération
Bry-sur-Marne	12/ 12/ 1988		
Champigny-sur-Marne	13/10/1993		
Charenton-le-Pont	16 /05/2007		
Fontenay-sous-Bois	24/02/1999	OUI	15/10/2018
Joinville-le-Pont	22/05/2007		
Le Perreux-sur-Marne	20/10/1986		
Maisons-Alfort	5/11/1985		
Nogent-sur-Marne	9/12/1986		
Saint-Mandé	14/12/2010		14/12/2010 (période transitoire)
Saint-Maur-des-Fossés	8/07/1983		
Saint-Maurice	17/10/1988		
Villiers-sur-Marne	21/07/1993		
Vincennes	13/07/2010		13/07/2010 (période transitoire)

2. PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

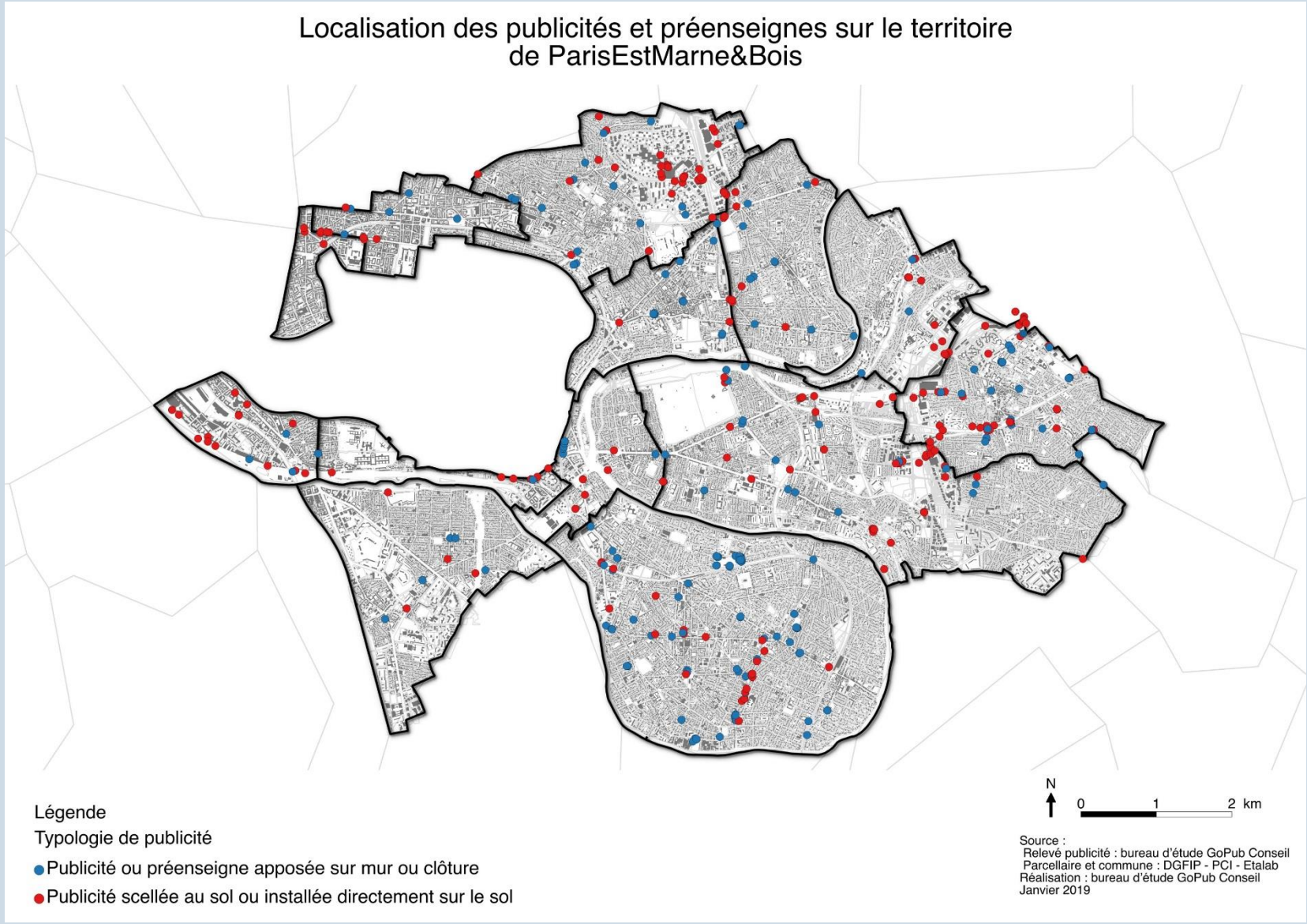
REPARTITION DES PUBLICITES ET DES PRE-ENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE

487 publicités et préenseignes recensées sur le territoire (relevé partiel sur les axes majeurs du territoire et les secteurs patrimoniaux sensibles), pour un total d'environ 2.728 m^2 de surface d'affichage, dont 46% de dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol.

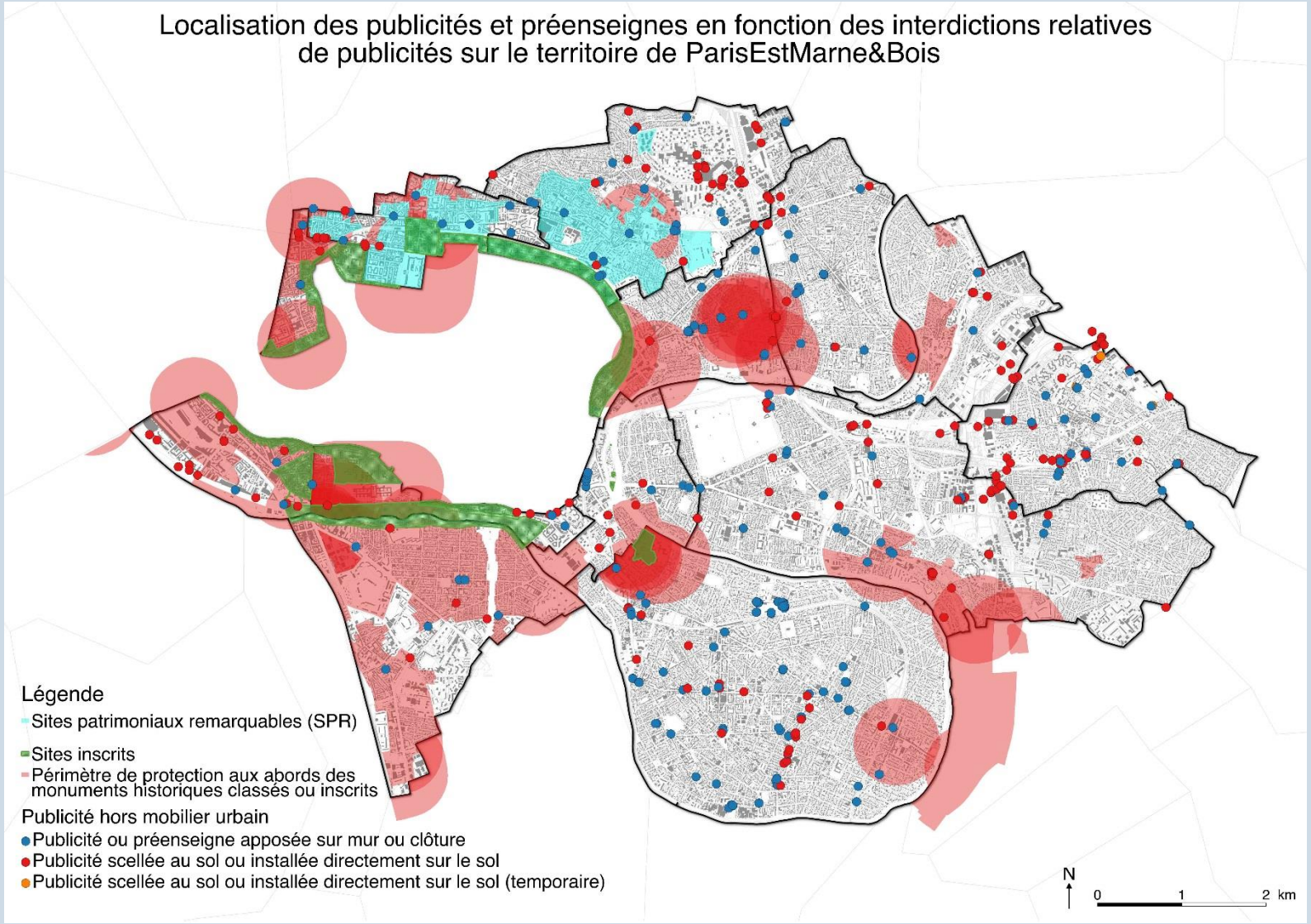


LOCALISATION DES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE

Les publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire se concentrent le long des axes structurants et aux abords des pôles commerciaux.

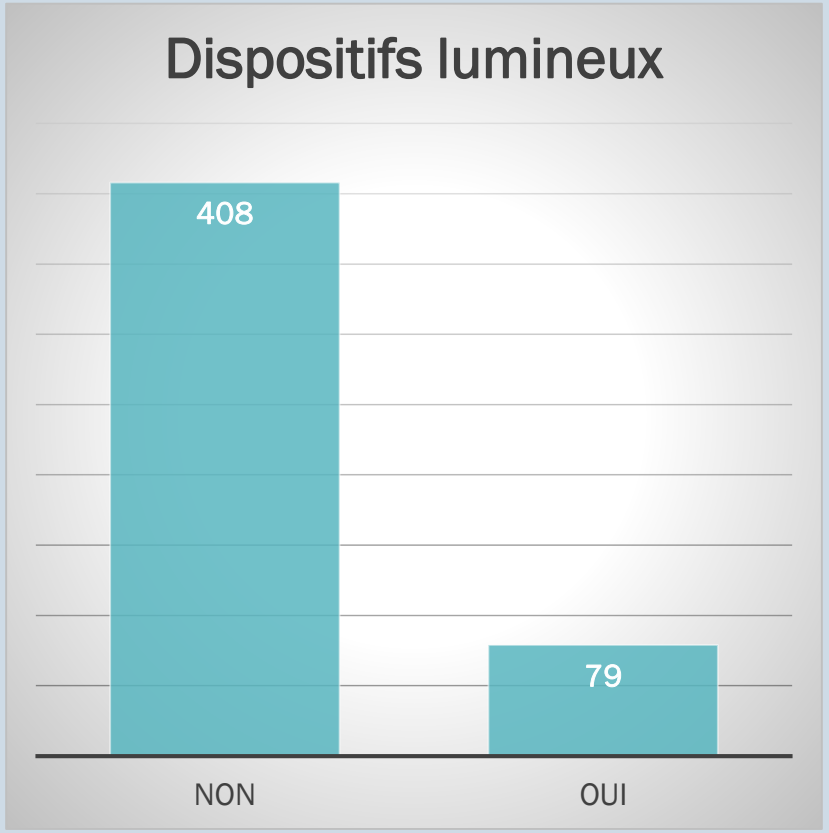


LOCALISATION DES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES SUR LE TERRITOIRE



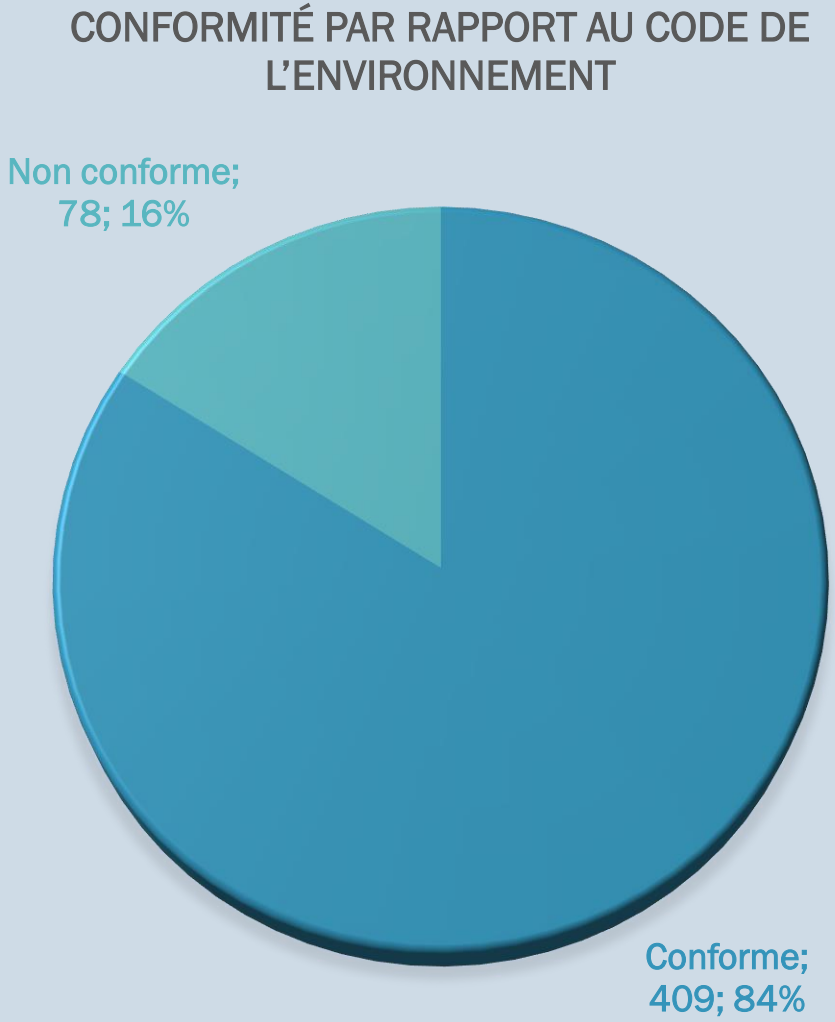
LES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES LUMINEUSES

Une publicité lumineuse est une publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.
Elle représente 16% des dispositifs recensés sur le territoire.

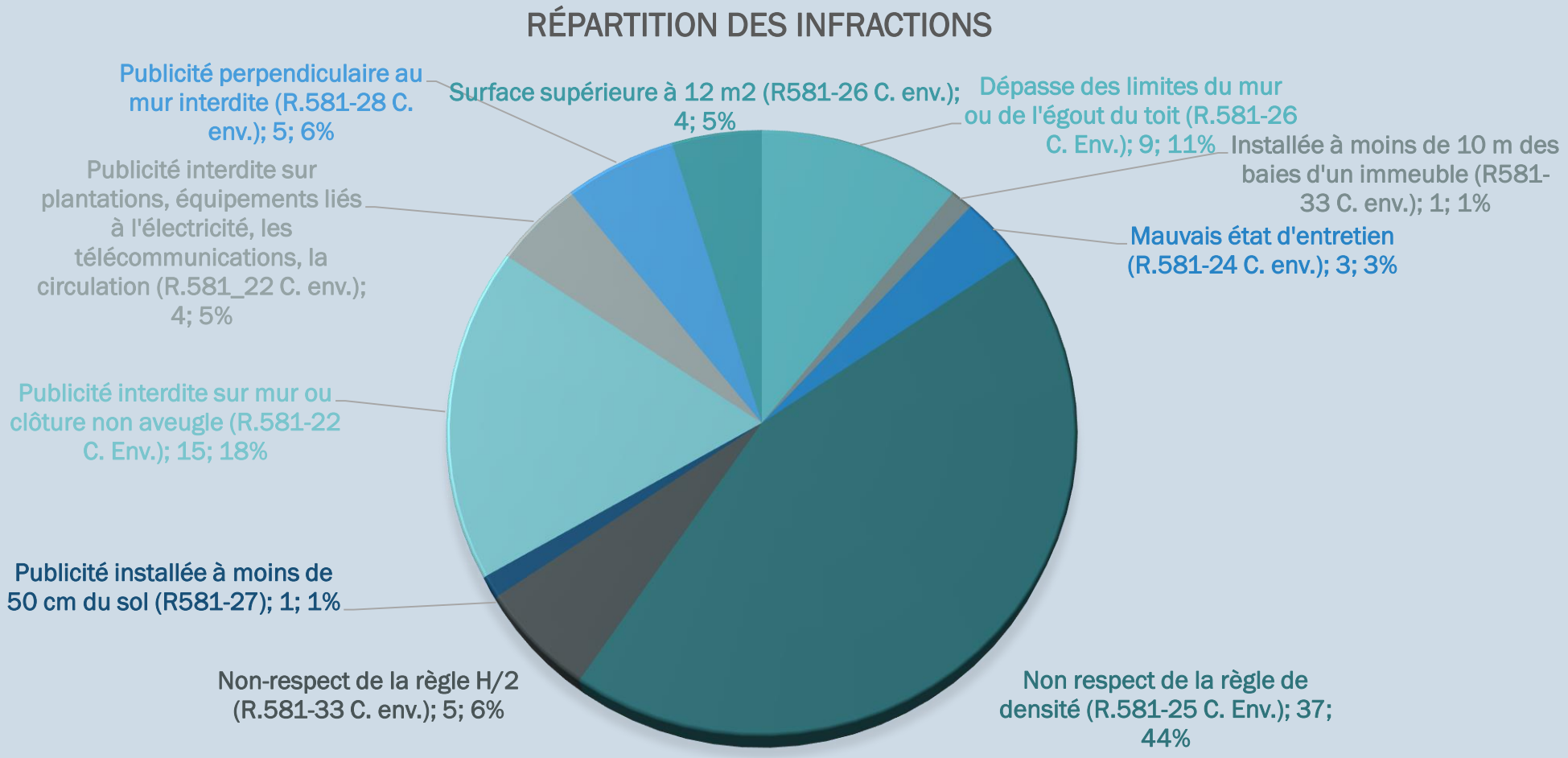


CONFORMITE DES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

- 84% des publicités et préenseignes recensées sont conformes au code de l'environnement
- 78 non-conformités pour 84 infractions



REPARTITION DES INFRACTIONS DES PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES



ILLUSTRATIONS DES DIFFERENTS TYPES DE PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

Publicités ou
pré-enseignes
de type
« scellées au sol »

ILLUSTRATIONS DES DIFFERENTS TYPES DE PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

Publicités
ou pré-enseignes
de type
« parallèles au mur »

ILLUSTRATIONS DES DIFFERENTS TYPES DE PUBLICITES ET PRE-ENSEIGNES

Publicités ou pré-enseignes sur clôture

ENJEUX RELATIFS AU MOBILIER URBAIN

Publicités apposées
sur mobilier urbain destiné à
recevoir des informations
non publicitaires
à caractère général ou local,
ou des œuvres artistiques
(dit « sucette »)
et sur kiosque à journaux

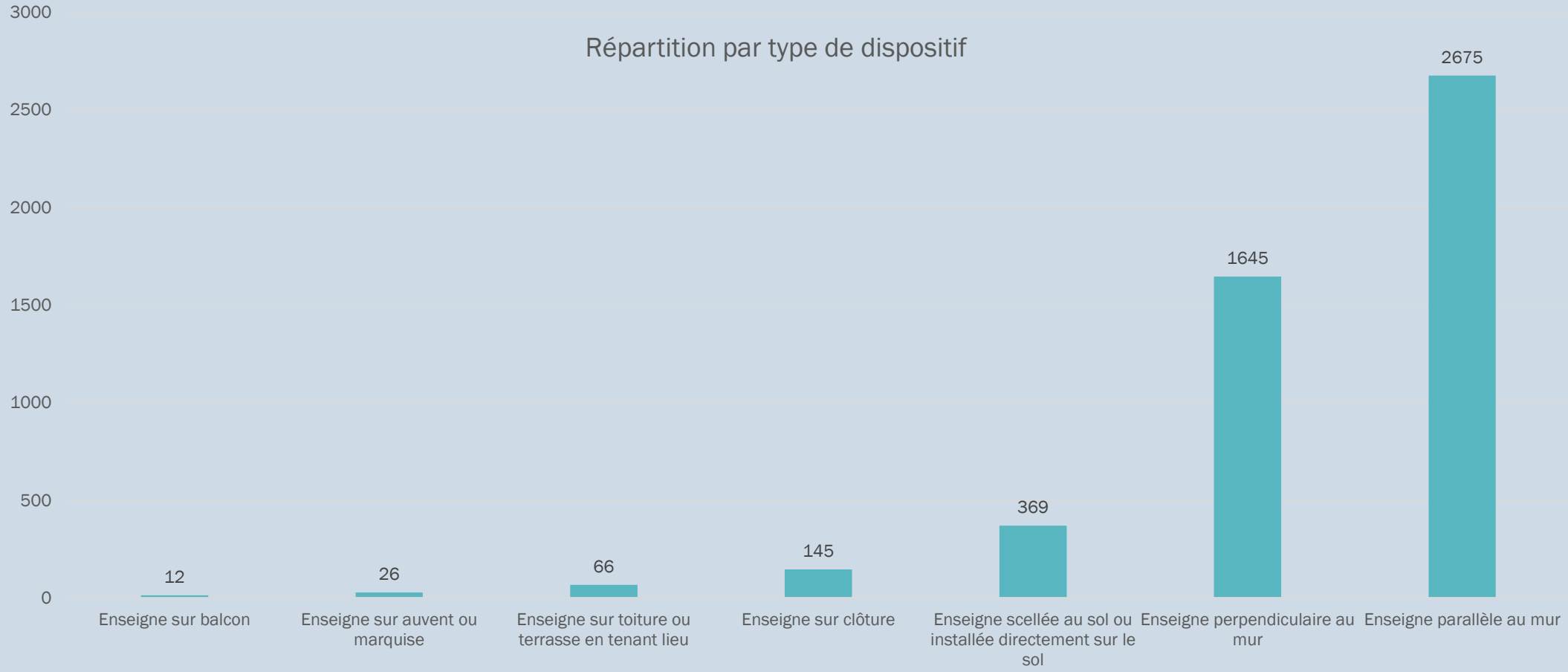
ENJEUX RELATIFS AU MOBILIER URBAIN

Publicités apposées sur abri destiné au public
et sur colonne porte-affiche (dite « colonne Morris »)

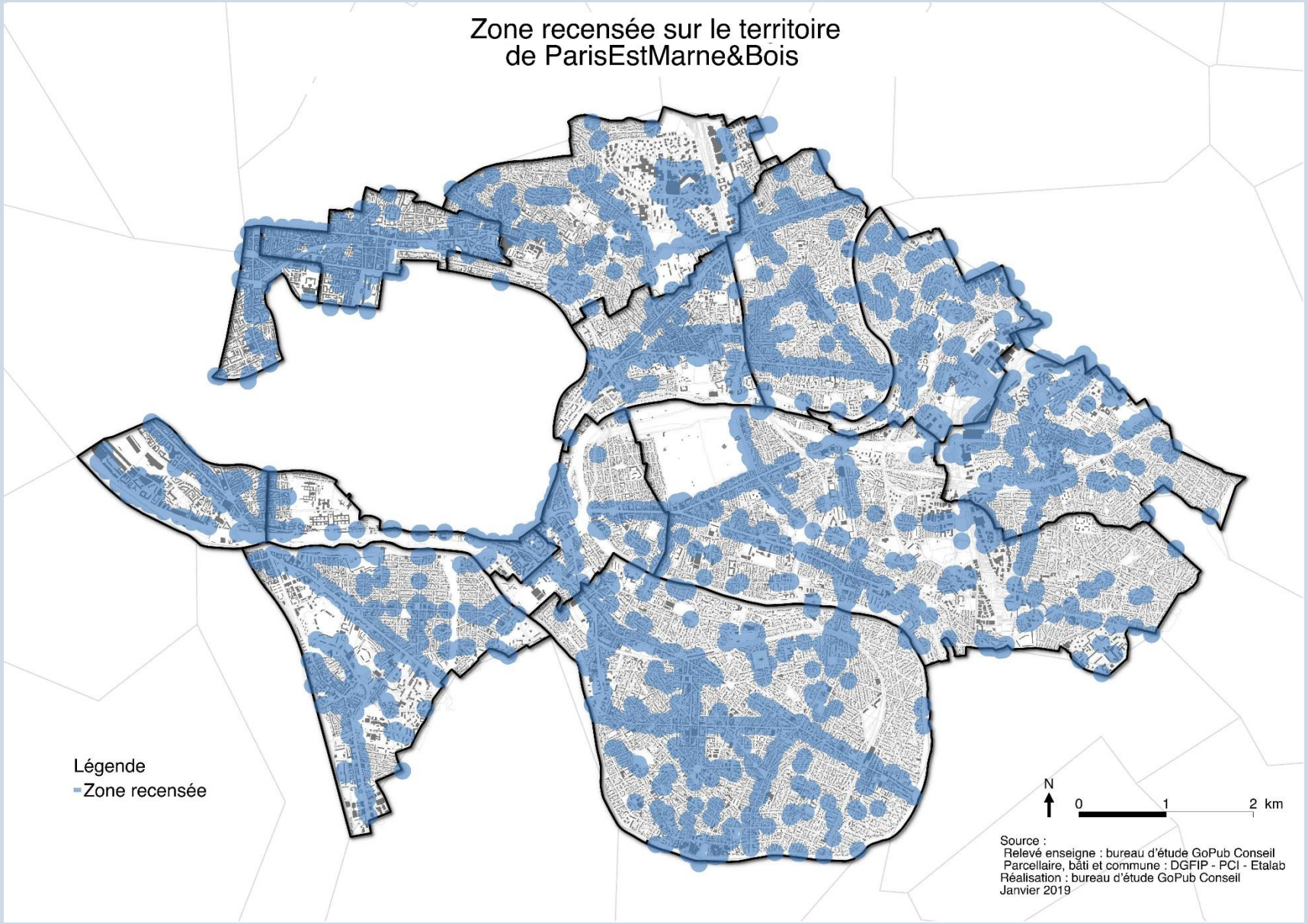
3. LES ENSEIGNES

REPARTITION DES ENSEIGNES

Répartition des types d'enseignes issue du recensement partiel



ZONES DE RECENSEMENT PARTIEL DES ENSEIGNES



ENSEIGNES PARALLELES AU MUR

ENSEIGNES PARALLELES AU MUR

Enseignes sur clôture (aveugle et non-aveugle)

ENSEIGNES PARALLELES AU MUR

Enseignes sur balcon ou auvent

ENSEIGNES PERPENDICULAIRES AU MUR

ENSEIGNES SCELLEES AU SOL OU APPOSEES SUR LE SOL

ENSEIGNES SUR TOITURE

ENSEIGNES TEMPORAIRES

ENSEIGNES LUMINEUSES

4. OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

OBJECTIFS DU TERRITOIRE PARISESTMARNE&BOIS EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE

Source : délibération de prescription du RLPI

OBJECTIF 1

- Protéger le cadre de vie du territoire, lutter contre les pollutions visuelles et préserver les espaces naturels tout en prenant en compte la nécessaire animation des centralités ainsi que les besoins de communication des acteurs économiques

OBJECTIF 2

- Tenir compte de la présence de nombreux lieux protégés, définis à l'article L.581-8 du Code de l'environnement, notamment les abords des monuments historiques, les sites classés et inscrits et les sites patrimoniaux historiques, tout en prenant en compte les besoins de communications des collectivités

OBJECTIF 3

- Prendre en compte les spécificités des bords de Marne et la proximité du Bois de Vincennes, afin de préserver les vues et la qualité du paysage

OBJECTIF 4

- Prendre en compte les spécificités des communes membres tout en assurant une certaine coordination des règles, notamment le long des axes structurants traversant le territoire et des limites communales

OBJECTIFS DU TERRITOIRE PARISESTMARNE&BOIS EN MATIERE DE PUBLICITE EXTERIEURE

Source : délibération de prescription du RLPI

OBJECTIF 5

- Prendre en compte les évolutions urbaines du territoire et les zones de projets d'aménagement, notamment les secteurs des nouvelles gares du Grand Paris (Bry-Villiers-Champigny, Champigny-centre, Saint-Maur Créteil, Vert de maisons, Val-de-Fontenay, Nogent-Le Perreux) ainsi que les zones d'activités

OBJECTIF 6

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire notamment la loi portant Engagement National pour l'Environnement dite «Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la loi n◦2016-925

  du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine

OBJECTIF 7

- Prendre en compte les modes de publicité récents et évolutifs tels que les bâches publicitaires, le micro-affichage, les publicités numériques, les publicités projetées et fixer les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses, en application de l'article R.581-35 du Code de l'environnement

ORIENTATIONS DU RLPI

1. Entériner les dérogations existantes dans le RLPI en autorisant la publicité de manière limitative (uniquement sur mobilier urbain ?) dans certains secteurs du territoire visés au Code de l'environnement (L.581-8 C. env.)

2. Préserver les secteurs peu touchés par la pression publicitaire et tendre vers une simplification des règles de manière générale

3. Réduire le format et/ou la densité des dispositifs publicitaires sur le territoire de ParisEstMarne&Bois pour en limiter l'impact sur le paysage, notamment en zones d'activités, sur les axes structurants et en entrées de ville

4. Renforcer la plage d'extinction nocturne des publicités, enseignes et pré-enseignes lumineuses et encadrer les dispositifs lumineux (dont le numérique) pour en réduire l'impact paysager, économique et écologique

ORIENTATIONS DU RLPI

5

Interdire certaines implantations d'enseignes impactantes en matière d'intégration paysagère, notamment dans les espaces patrimoniaux sensibles: Site Patrimonial Remarquable, périmètres aux abords des monuments classés ou inscrits et sites classés ou inscrits (sur balcon, sur toiture, sur clôture, etc.)

6

Réduire le nombre et la taille des enseignes implantées en façades d'activités (parallèles et perpendiculaires) de façon à privilégier une bonne lisibilité des activités qu'elles signalent et à assurer une meilleure intégration dans l'environnement

7

Encadrer le format et la densité des enseignes scellées au sol ou installées directement au sol (drapeau, chevalet) impactant fortement le paysage et notamment celles de plus d'un mètre carré, situées en zones d'activités

8

Renforcer les règles concernant les enseignes temporaires pour en limiter l'impact négatif sur le paysage