

Règlement local de publicité



RAPPORT DE PRESENTATION DIAGNOSTIC, OBJECTIFS ET ORIENTATIONS

*RLP approuvé par le
Conseil Municipal du 3/11/2016*

Le Maire, Sylvie CARILLON

| | |
|--|----------|
| Avant-propos | 3 |
| I - Les 3 catégories de dispositifs | 4 |
| II Le contexte juridique | 5 |
| III Les publicités | 32 |
| IV Les enseignes..... | 44 |
| V - Le mobilier urbain | 55 |
| VI - Autres dispositifs | 55 |
| VII - Objectifs | 56 |
| VIII - Orientations relatives à la publicité | 56 |
| IX - Orientations relatives aux enseignes | 57 |
| X - Explication des choix | 58 |

Avant-propos

La préservation de la qualité du cadre de vie est au cœur de la politique du paysage. C'est un enjeu majeur pour les territoires et les populations.

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite loi ENE, ainsi que le décret du 30 janvier 2012 ont profondément réformé la réglementation des publicités, enseignes et préenseignes, qui constituent la « publicité extérieure »

Désormais, le règlement local de publicité (RLP) est un authentique instrument de planification locale, annexé au plan local d'urbanisme (PLU).

Le règlement national de publicité (RNP) et son prolongement, le règlement local, visent à favoriser la mise en valeur du paysage et du patrimoine, à lutter contre les nuisances visuelles, à engendrer des économies d'énergie. Ainsi le RLP offre-t-il aux collectivités locales la possibilité de maîtriser et harmoniser l'ensemble des dispositifs de publicité extérieure en prescrivant des règles plus restrictives que le régime général. Pour autant, la réglementation nationale ou locale se doit de garantir la liberté d'expression, la liberté du commerce, ainsi que l'équilibre économique des sociétés intervenant sur le secteur de la publicité ou de l'enseigne.

Depuis juillet 2010, la compétence d'élaboration, révision ou modification du RLP a été transférée aux autorités locales compétentes en matière de documents d'urbanisme. Ainsi, compétente en matière de PLU, la ville de Montgeron a-t-elle décidé la révision de son RLP par délibération en date du 28 avril 2014.

La procédure d'élaboration, révision ou modification du RLP est identique à celle du PLU (article L.581-14-1 du code de l'environnement). L'article R.581-72 du code de l'environnement prévoit que le RLP comprend, au moins, les éléments suivants :

- un rapport de présentation ;
- une partie réglementaire ;
- des annexes.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la commune, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs.

Le présent document constitue le rapport de présentation du règlement local de publicité de la commune de Montgeron. Il est composé de trois parties :

- les éléments de cadrage ;
- le diagnostic ;
- les objectifs et orientations de la commune.

I - Les 3 catégories de dispositifs

Les 3 catégories de dispositifs qui composent la publicité extérieure répondent à des besoins de communication différents.

- La publicité **est utilisée par des annonceurs* nationaux (une marque automobile, un opérateur de téléphonie, un parfum..) ou locaux (un concessionnaire, un magasin, une parfumerie).**

La région parisienne est une cible privilégiée. Sa forte densité de population, l'importante circulation automobile en font une priorité pour l'affichage publicitaire.

- Les préenseignes **dirigent les consommateurs vers les lieux de vente (« au rond-point à droite », « aux feux à gauche » etc.). Vendus à l'année (dénommés alors « longue-conservation » par les professionnels de l'affichage) utilisant les mêmes supports que les publicités, assurant accessoirement la notoriété de la marque, les préenseignes sont toujours très utilisées par les commerces.**

Les axes de passage (principales entrées de l'agglomération) sont recherchés pour implanter des préenseignes (grande distribution alimentaire ou non-alimentaire, hôtels, garages...)

- Les enseignes **indiquent le lieu où s'exerce une activité. Tous les établissements de services, artisanaux, industriels et, bien entendu, commerciaux ont recours à l'enseigne.**

*Entité en faveur de qui est réalisée la publicité : marque, produit, service, grande cause...

II Le contexte juridique

Le droit de la publicité s'inscrit dans le code de l'environnement, au livre V : « *Prévention des pollutions, des risques et des nuisances* », Titre VIII : « *Protection du cadre de vie* ».

L'article L.581-1 rappelle que le droit d'expression est fondamental « *chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées /.../* »,

L'article L.581-2 précisant quant à lui l'objectif de la loi : « *Afin d'assurer la protection du cadre de vie /.../* »

Dans cette optique de protection du cadre de vie, publicités, enseignes et préenseignes sont soumises à des règles de format, de hauteur, de nombre ou de densité en fonction de leur technique et des lieux où elles sont implantées.

II - 1 Publicités, enseignes et préenseignes.

II-1-A : Publicité

La publicité est définie par le 1° de l'article L.581-3 du code de l'environnement :

« *Constitue une publicité /.../ toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention /.../* »



Il est à noter que « */.../ les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images sont assimilés à des publicités* » (article L.581-3)

L'ensemble du dispositif, pied, passerelles, plateau même sans affiche doit donc être considéré comme une publicité.



Même sans affiche, le panneau est une publicité

Techniquement, la publicité peut prendre diverses formes, qui feront l'objet de dispositions réglementaires différentes :



Publicité « murale » apposée sur un support préexistant



Publicité scellée au sol



Publicité lumineuse numérique (photo non montgeronnaise)



Publicité supportée par un mobilier urbain

II-1-B : L'enseigne

Elle est définie comme étant « *toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce* » (article L.581-3, 2°)

Cette définition volontairement très large doit être commentée :

« *Toute inscription, forme ou image* » : l'enseigne peut donc être constituée par un nom, une marque commerciale, une illustration, une photo, un logo, un objet.

« *...apposée sur un immeuble* » : le mot « immeuble » doit s'entendre au sens du code civil, désignant autant un bâtiment que le terrain d'assiette qui accueille l'activité. Le cas le plus habituel désignera l'unité foncière sur laquelle est installé un magasin (bâtiment, parking, dépendances). Il en résulte qu'installé hors de l'unité foncière, le dispositif perd sa qualité d'enseigne et devient une préenseigne.

« *...relative à une activité* » : le code de l'environnement n'a pas limité la possibilité de signalisation à l'activité générique ou à la marque commerciale.

Concrètement, si le dispositif « Conforama » est une enseigne, l'inscription « meubles », « canapé » ou les photos de ces objets le sont également.

Les dispositions réglementaires du code de l'environnement précisent les caractéristiques techniques (surface, hauteur, nombre) des enseignes eu égard aux lieux où elles sont apposées.

L'enseigne peut être apposée sur un mur, parallèlement à celui-ci :





Apposée perpendiculairement au mur :



En toiture :



Scellée ou posée directement sur le sol :



II-1-C : La préenseigne

« *Inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée* » (article L.581-3 3°), elle ne se distingue de la publicité que par le message.

Elle pourra donc être, elle aussi, apposée sur un support, scellée au sol, supportée par du mobilier urbain, etc.

Comme les publicités, les préenseignes peuvent prendre des formes variées :





Dispositif supportant plusieurs messages, pouvant alterner préenseignes et publicités

Conformément à l'article L.581-19, en agglomération, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

II - 2 Les formes particulières de publicités, enseignes et préenseignes.

II-2-A : Les préenseignes dérogatoires

L'appellation préenseigne dérogatoire désigne les panneaux de petit format (maximum 1,5 m x 1 m) installés hors agglomération.

En raison de l'effet désastreux de l'accumulation de préenseignes dérogatoires aux abords de certaines entrées de ville, le législateur a prévu leur quasi-disparition (loi du 12 juillet 2010).



Au plus tard le 13 juillet 2015, les préenseignes en faveur des activités utiles aux personnes en déplacement auraient dû avoir disparu, soit 95 % du parc actuel de préenseignes.

Ne peuvent subsister depuis cette date que les préenseignes signalant la fabrication ou la vente de produits du terroir, la proximité d'un monument historique, classé ou inscrit, ouvert à la visite, ainsi que les activités culturelles (article L.581-19)

Compte-tenu de ces nouvelles dispositions, les préenseignes dérogatoires restantes sont négligeables.

D'ailleurs, ce type de dispositif n'est pas présent sur le secteur de la commune situé hors-agglomération.

II-2-B : La publicité installée sur du mobilier urbain.

Le mobilier urbain désigne d'une façon générale les différents objets installés sur le domaine public, destinés à protéger l'usager ou à lui apporter un service : le lampadaire, le banc, la barrière, l'abri, le mobilier supportant le plan de la ville, des informations pratiques ou culturelles etc.

Le code de l'environnement octroie à cinq catégories de mobilier urbain la faveur de supporter de la publicité : L'abri destiné au public, le kiosque, la colonne porte-affiches, le mât porte-affiches et enfin le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires.

Trois types de mobilier urbain sont présents sur le territoire :



L'abri destiné au public



*Le mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires,
et accessoirement publicitaires*



La colonne porte-affiches

Entrent également dans cette catégorie, les mâts porte-affiche, ainsi que le kiosque, absents à Montgeron.

Le règlement national soumet globalement la publicité installée sur le mobilier urbain aux mêmes règles que les autres types de publicité : interdiction hors agglomération, interdiction à proximité des monuments historiques, dans les secteurs sauvegardés, aires de mise en valeur du patrimoine etc.

Comme les autres publicités, leurs surfaces et hauteurs sont également limitées, mais ils ne sont toutefois pas soumis à la règle de densité, ni à l'obligation d'extinction nocturne.

Au regard du service qu'ils apportent et lorsque leur format est restreint (2 m²), ils bénéficient fréquemment dans les règlements locaux d'un régime un peu plus favorable que les autres publicités.

Les journaux électroniques d'information, dans la mesure où ils ne diffusent que des messages à caractère pratique, n'entrent pas dans le champ d'application du code de l'environnement.



II-2-C : Les emplacements destinés à l’affichage d’opinion et aux associations à but non lucratif

L’article L.581-13 du code de l’environnement impose au maire de faire aménager des emplacements destinés à l’affichage d’opinion et aux associations à but non lucratif. Les modalités sont précisées par les articles R.581-2 à 4.



II-2-D : Les chevalets

Posés sur le domaine public, les chevalets ne peuvent constituer des enseignes, puisqu'ils ne reposent pas sur l'immeuble ou s'exerce l'activité. En tout état de cause, ils sont soumis à une permission de stationnement et doivent respecter les textes relatifs à la circulation de personnes à mobilité réduite.



II-2-E : Les enseignes temporaires

Le code de l'environnement a prévu un régime particulier pour les dispositifs destinés à annoncer les opérations temporaires de tout ordre (culturelles, commerciales..) ainsi que les opérations immobilières.



II - 3 CHAMP D'APPLICATION DEMOGRAPHIQUE ET GEOGRAPHIQUE

II-3-A : La population de Montgeron

Montgeron est une agglomération dont la population dépasse le seuil de 10 000 habitants, appartenant de plus à l'unité urbaine de Paris. Publicités, enseignes et préenseignes répondent donc aux règles propres à ce type d'agglomération. Notamment, les publicités scellées au sol sont admises, et leur surface peut atteindre 12 m².

II-3-B : Enjeux paysagers et architecturaux

Les secteurs agricoles, naturels et forestiers recouvrent environ 50 % du territoire. La plus grande part est représentée par la forêt de Sénart, à laquelle il faut ajouter certains espaces ouverts de fond de vallée, notamment la plaine de Chalandray, concernée par le site classé de la vallée de l'Yerres, ainsi que des parcs situés à l'intérieur des zones agglomérées de la commune. Ce secteur constitue une entité écologique très importante pour la commune.

L'allée de la Grange, dite "La Pelouse" traverse la commune dans un axe nord/sud sur 1,3 km. Cette belle avenue plantée d'arbres constitue un tracé urbain autant qu'un espace naturel et a ordonné la croissance urbaine dans cette partie de la commune.

Au titre de la protection des monuments historiques, la commune est concernée par la propriété dite "du Moustier", ainsi que par d'autres monuments implantés sur les communes riveraines (l'obélisque de Brunoy, l'église de Crosne et la Ferme de Seignelay à Crosne.

La commune abrite trois sites classés (Propriétés Le Carmel et Sainte Thérèse, Rives de l'Yerres, Isle des Prévôts et plaine de Chalandray, Vallée de l'Yerres aval et ses abords).

Au-delà de la législation nationale, le PLU de Montgeron complète le dispositif de protection du paysage et du patrimoine en identifiant des ensembles bâtis remarquables et des bâtiments remarquables.

II-3-C : Le réseau routier

La RN 6 et la voie ferrée, orientées nord-ouest / sud-ouest, altèrent la continuité du tissu urbain et créent des coupures dans les quartiers périphériques de la ville.

Le réseau structurant est constitué d'une route nationale et de quatre routes départementales:

- La RN 6
- La RD 50 (avenue Jean Jaurès / avenue de la République) axe central qui traverse toute la commune du sud au nord.
- La RD 31 (rue René Cassin et avenue Charles de Gaulle) qui dessert les quartiers sud de la ville.

- La RD 324 (rue du Général Leclerc et avenue Maréchal Foch) dessert les gares routière et ferroviaire et donne accès à Crosne.
- La RD 448 (route de Corbeil) se situe sur l'est de la commune et donne accès aux zones commerciales du nord de la ville.

II-3-D : Les limites d'agglomération

Par principe, la publicité est interdite hors agglomération (article L.581-7). La délimitation de l'agglomération est donc déterminante. Sa définition résulte de l'article R.110-2 du code de la route selon lequel il s'agit d'un espace sur lequel sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et délimité par des panneaux d'entrée et de sortie (panneaux type EB-10 et EB-20). Ces panneaux sont implantés conformément à un arrêté municipal (Article R.411-2 du code de la route).

Les panneaux d'entrée sont quelquefois absents ou mal placés : trop en amont ou trop en aval de la zone bâtie, celle-ci s'étant par exemple étendue progressivement sans que les panneaux n'aient été déplacés. Afin de limiter les risques contentieux, le maire doit veiller à l'exacte coïncidence entre les panneaux et les éléments matériels physiques qui déterminent l'agglomération. L'arrêté municipal, accompagné du document graphique où apparaissent les limites d'agglomération, constitue des annexes du RLP (article R.581-78)

Enfin, aucune zone d'activité commerciale n'étant située hors agglomération, le futur RLP n'aura pas à déroger à l'interdiction de la publicité hors agglomération en instituant des périmètres (prévus par l'article L.581-7).



Une entrée de Montgeron.



Panneau EB10 réglementaire. A droite, un panneau d'expression libre

II-3-E : Lieux dont le régime est particulier

Les articles L.581-4 et L.581-8 posent un certain nombre d'interdictions dans le but de sauvegarder le patrimoine architectural, naturel ou paysager.

L'article L.581-4 édicte des interdictions dites « absolues » car aucune dérogation n'est possible. La publicité est ainsi interdite (entre autres) sur les immeubles classés parmi les monuments historiques, classés ou inscrits, ou sur les arbres.

Les interdictions de l'article L.581-8 sont dites relatives, car le RLP peut y déroger. C'est le cas par exemple des zones de protection (de 100 mètres) autour des monuments historiques, classés ou inscrits, et des aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine.

Dans ces lieux, le RLP peut décider des conditions dans lesquelles la publicité peut être installée.

II - 4 POUVOIR DE POLICE ET POUVOIR D'INSTRUCTION, DECLARATIONS, AUTORISATIONS.

Toutes les publicités (ainsi que les préenseignes dont le format excède 1 mètre en hauteur ou 1,5 mètre en largeur) sont soumises à une déclaration préalable. La déclaration n'est pas l'autorisation : si le projet d'installation est conforme au code de l'environnement, et quelles que soient ses qualités esthétiques, il ne pourra être refusé. L'objet de la déclaration préalable est d'informer l'autorité de police qu'un dispositif publicitaire va être implanté, modifié ou remplacé dans les conditions indiquées par le document Cerfa n° 14799*1. Il n'y a donc pas, à proprement parler, d'instruction de la déclaration.

Seule la publicité lumineuse, et notamment la publicité numérique, est soumise à autorisation.

L'autorisation préalable, elle, nécessite une instruction de la demande par l'autorité compétente. A cet égard, *« les compétences en matière de police de la publicité sont exercées par le préfet. Toutefois, s'il existe un règlement local de publicité, les compétences sont exercées par le maire au nom de la commune »* (article L.581-14-2).

Les enseignes sont soumises à autorisation dans les lieux cités aux articles L.581-4 et L.581-8, ainsi que *« dans le cadre d'un règlement local de publicité »* (4^{ème} alinéa de l'article L.581-19).

La commune étant dotée d'un RLP,

- le maire dispose du pouvoir de police ;
- toutes les enseignes sont soumises à autorisation.

II - 5 LES DISPOSITIONS APPLICABLES A LA PUBLICITE DEPUIS LE 1^{ER} JUILLET 2012.

Seules les règles concernant Montgeron ou susceptibles de la concerner sont développées dans ces chapitres.

II-5-A : Les format, hauteur et densité de la publicité non lumineuse

- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la publicité murale est limitée à 12 m² et sa hauteur ne doit pas excéder 7,5 m. Elle ne peut prendre place sur les murs comportant des ouvertures supérieures à 0,50 m², quel que soit l'usage du bâtiment, et elle doit être installée sous la ligne d'égout du toit ;
- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, la publicité scellée (ou posée) au sol est admise. Son format n'excède pas 12 m² et sa hauteur ne peut être supérieure à 6 mètres. La hauteur se mesure en tout point du dispositif, et non par un calcul de moyenne lorsque le sol est en déclivité.
Elle doit d'autre part répondre à diverses règles. Par exemple, elle ne doit pas être visible d'une voie située hors agglomération, d'une autoroute ou d'une bretelle d'accès. Elle doit respecter une distance de la moitié de sa hauteur par rapport à un fonds voisin.

II-5-B : Règles applicables à la publicité numérique

Variété de publicité lumineuse, sa surface unitaire ne peut excéder 8 m² et elle ne peut s'élever à plus de 6 mètres du niveau du sol. Elle est soumise à autorisation.

II-5-C : Densité des publicités

- La règle de densité vise à limiter le nombre de dispositifs sur un terrain (unité foncière) donné. Elle est indistinctement applicable à la publicité murale ou scellée au sol et à la publicité numérique. Elle ne s'applique pas au mobilier urbain.
- Elle se calcule en fonction de la façade d'une unité foncière bordant la vie publique.
- Lorsque la longueur de la façade est inférieure à 80 mètres, en l'absence de toute publicité scellée au sol, il peut y avoir deux publicités murales, juxtaposées ou superposées.
- En absence de toute publicité murale, il ne peut y avoir qu'une publicité scellée au sol si la longueur de l'unité foncière est inférieure à 40 mètres, et deux si la longueur est comprise entre 40 et 80 mètres.
- Au-delà de 80 mètres, il ne peut y avoir qu'un dispositif supplémentaire, mural ou scellé au sol par tranche de 80 mètres entamée.
- La règle s'applique quel que soit le format des publicités. Un dispositif scellé au sol composé de deux faces rigoureusement dos à dos compte pour une seule publicité.

- Lorsque plusieurs dispositifs scellés au sol sont admis sur une unité foncière, leur disposition est libre.



La règle de densité s'appliquant unité foncière par unité foncière, elle ne règle pas la question de distance entre panneaux installés sur des unités foncières distinctes.

II-5-D : Délai d'application

Dans l'immédiat, les mesures contenues dans le RLP actuel restent valables jusqu'à l'approbation du nouveau règlement.

Exemple pour les règles

1. en matière de densité :

Sur mur : limité à 2 dispositifs 12 m²

Scellés au sol :

- De 0 à 25 m = 0
- De 25 m à 60 m = 1
- De 60 m à 100 m = 2
- 3 si > à 100m avec espacement de 25 m

2. ou de format : le mobilier urbain est limité à 2 m²

Lorsque le nouveau RLP entrera en application, les publicités qui deviendront non conformes bénéficieront d'un délai de deux ans.

II - 6 LES DISPOSITIONS APPLICABLES AUX ENSEIGNES DEPUIS LE 1^{ER} JUILLET 2012

II-6-A : Les enseignes sur mur

Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur ne doivent pas dépasser ses limites, ni constituer par rapport à lui une saillie de plus de 0,25 m.



Enseigne apposée à plat dépassant du support

Comme les publicités, les enseignes apposées sur un mur ne peuvent excéder l'égout du toit.



Enseigne installée trop haut

Les enseignes perpendiculaires au mur qui les supporte ne doivent pas dépasser la limite supérieure de ce mur et ne peuvent constituer, par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique.



Enseigne en saillie interdite



Enseigne en saillie interdite

La surface cumulée des enseignes murales ne peut dépasser 15 % de la surface de la façade commerciale sur laquelle elles sont installées. Lorsque la surface de la façade est inférieure à 50 m², la surface cumulée des enseignes est portée à 25 %.



Enseigne respectant la règle de surface nationale

II-6-B : Les enseignes en toiture

Les enseignes installées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 0,50 mètre de haut.



Enseigne en toiture illégale

II-6-C : Les enseignes scellées au sol

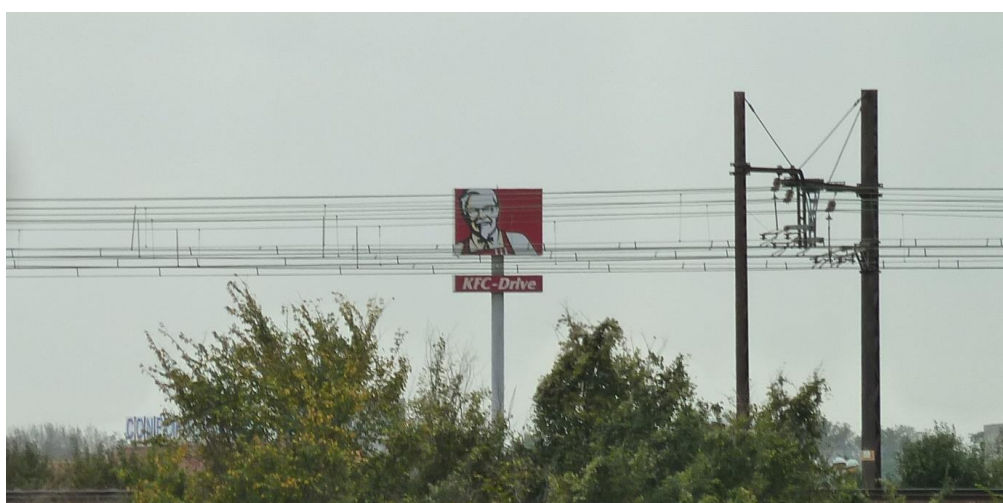
L'enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne peut être placée à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elle se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie, ni à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété. Deux enseignes peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.

Lorsqu'elle fait plus de 1 m², l'enseigne scellée au sol est limitée à un dispositif placé le long de chacune des voies publiques bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.

Lorsqu'elle fait 1 m ou plus de large, l'enseigne scellée au sol ne peut dépasser 6,5 m de haut. Cette hauteur est portée à 8 m lorsqu'elle fait moins de 1 m de large.

Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, elle est de 12 m².

Ci-dessous, 3 enseignes scellées au sol trop hautes





II-6-D : Obligation d’extinction nocturne des enseignes

L’enseigne lumineuse, c’est-à-dire l’enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse est soumise à une obligation d’extinction nocturne de 1 h à 6 h du matin lorsque l’activité signalée a cessé. Lorsqu’une activité cesse ou commence entre minuit 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.

Cette règle n’est pas applicable dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, où il revient au RLP de fixer les horaires.

II-6-E : Délais d’application

Les enseignes qui n’étaient pas conformes au code de l’environnement avant le décret du 30 janvier 2012 ne bénéficient d’aucun délai pour se mettre en conformité ou disparaître. (ex : enseignes en toiture non conformes)

Les enseignes non conformes aux nouvelles dispositions du RNP mais qui étaient en place au 1^{er} juillet 2012 devront être mises en conformité ou supprimées avant le 1^{er} juillet 2018. C’est par exemple le cas pour l’application de la règle de proportion surface des enseignes/surface de la façade.

Les enseignes qui deviendront non conformes au futur RLP bénéficieront d’un délai de six ans à compter de son approbation.

Le diagnostic

III Les publicités

III - 1 Données chiffrées, typologies, légalité

III-1-A : Données chiffrées

47 dispositifs recensés présentant 52 « faces* » d’affichage publicitaires, dont 41 de format supérieur à 2 m², ont été observés sur le territoire communal. Ces faces se répartissent de la manière suivante sur la ville :

**un panneau pouvant présenter deux affiches dos-à-dos (« double-face »)*



| | |
|------------------|---------------------|
| Fiche n°: | 3 |
| Adresse: | Rd-Pt de Cégarin |
| Géolocalisation: | 48.719424, 2.441729 |
| Société: | MGS Média |
| Support: | Scellé au sol |
| Surface en m²: | 12 |
| Conforme: | Motif |
| Observations: | Dossabillé |



Exemple de fiche de recensement

Le format 12 m² (4 m x 3 m) est celui de 50 % panneaux. 3 panneaux sont de format 8 m², appellation commerciale qui recouvre des dispositifs dont la surface utile est comprise entre 6,80 m² et 7,68 m². Le solde (16 panneaux) est constitué de petits formats.



12 m² Route de Corbeil / Pont SNCF



8 m² 105 avenue de la République



4 m² 28 avenue de la République



2 m² 150b avenue de la République

III-1-C : Légalité

Analyse du règlement local de publicité

Le règlement local de publicité, arrêté en mai 1999, instaure 2 zones de publicité restreinte dont les règles portent uniquement sur la publicité.

Les enseignes sont soumises aux dispositions de la loi sur tout le territoire.

- La ZPR 1 concerne les secteurs à vocation naturelle (La Pelouse, la Forêt de Sénart, le site classé des rives de l'Yerres, le vieux Montgeron – Propriété du Carmel et Sainte Thérèse - "le Moustier").

Cette zone détermine une protection renforcée en y interdisant toute forme publicité, exception faite pour le mobilier urbain limité à une surface de 2 m² ou les palissades de chantier.

- La ZPR 2 couvre le reste du territoire communal aggloméré.

La surface est ramenée de 16 m² à 12 m² et limitée à 2 dispositifs par mur.

Les dispositifs scellés au sol sont soumis à une règle de densité:

Linéaire unité foncière < à 25 m = 0

25 m < L < 60 m = 1

60 m < L < 100 m = 2 avec interdistance de 25 m

100 m < L = 3 avec interdistance de 25 m, regroupement en doublon possible

Le domaine ferroviaire fait l'objet d'un traitement spécifique avec admission de 12 dispositifs 12 m² au total, y compris ceux installés sur les quais de la gare.

L'installation de la publicité visible de la RN 6 sur une largeur de 80 m de part et d'autre est interdite.

Un recul de 15 m du point formant intersection des emprises de voies sécantes est appliqué.

La publicité sur mobilier urbain est limitée en surface à 2 m².

L'application de ce règlement a conduit à une suppression de nombreux dispositifs, plus particulièrement le long de la RN 6.

Au regard du code de l'environnement, on recense 8 dispositifs en infraction, soit 20 % du parc de panneaux : 3 panneaux muraux qui ne sont pas à 0,5 m du sol et 5 panneaux scellés au sol qui ne respectent pas la règle de la distance de la limite séparative.

| N° Fiche | Adresse | Société | Support | Surface | Légal | Observations |
|----------|--|----------------------|---------------|---------|-------|----------------|
| 9 | Rue des Gaulois | Union Int. Montgeron | Mural | 6 | n | < à 0,5 m |
| 10 | Rue des Gaulois | / | Mural | 2 | n | < à 0,5 m |
| 11 | Rue des Gaulois | / | Mural | 2 | n | < à 0,5 m |
| 20 | Rte de Corbeil / Pont SNCF | Avenir | Scellé au sol | 12 | n | < à 10 m baies |
| 29 | Parking Super U | / | Scellé au sol | 12 | n | < à H/2 |
| 30 | Parking Super U | / | Scellé au sol | 12 | n | < à H/2 |
| 31 | Parking Super U | / | Scellé au sol | 12 | n | < à H/2 |
| 34 | 105 avenue de la République / station ESSO | CBS | Scellé au sol | 8 | n | < à H/2 |

Tableau récapitulatif des infractions

Au-delà, plusieurs cas d'illégalités sont liés à « l'affichage sauvage », (violation de l'article L.581-24 « nul ne peut apposer de publicité ni installer une préenseigne sur un immeuble sans l'autorisation écrite du propriétaire »).





L'utilisation du domaine public sans autorisation entre dans le champ de l'article L.581-24

Au regard du décret du 30 janvier 2012, la seule règle de densité (voir chapitre II-5-C) produira peu d'effets. Les dispositifs en doublon ne sont pas *a priori* amenés à disparaître, sous réserve de la vérification de la longueur du linéaire de chaque unité foncière.





De nouvelles règles ont été instituées par le décret du 30 janvier 2012, que les anciens dispositifs ont dû appliquer au plus tard le 13 juillet 2015 (sous réserve des dispositions du RLP en vigueur).

III - 2 ASPECTS QUALITATIFS

III-2-A : Le matériel

- La qualité et l'entretien

Assez ancien pour une grande partie, le parc de panneaux est relativement bien entretenu. Peu de panneaux publicitaires en mauvais état (dégradés, incomplets,..) ont été observés.



Un panneau d'un modèle ancien, mais en bon état.

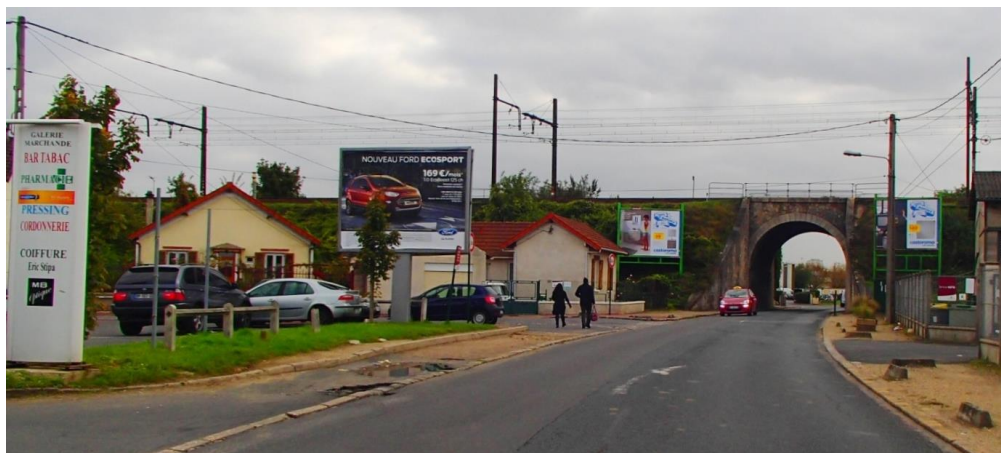
- La publicité numérique

La publicité numérique (écrans LED pour la plupart) existe depuis de nombreuses années. La baisse des coûts des matériels a permis un développement plus rapide depuis quelques années. A Montgeron, ce type de dispositif est encore absent en juillet 2015.

III-2-B : Les installations portant atteinte au cadre de vie

Bien que conformes au code de l'environnement, un certain nombre de panneaux publicitaires agressent le cadre de vie, les perspectives, les paysages.

- L'encombrement visuel dans le paysage (panneaux multiples ou trop rapprochés)



- La taille inadaptée à l'environnement proche ou aux perspectives

Notamment dans les entrées de ville (première image donnée au visiteur)



2 avenue de la République

Le 12 m² n'est pas adapté à l'environnement et à l'architecture pavillonnaire de la ville.



Rue Paumier / Rue de la Garenne

En petit format, la publicité est acceptable



L'utilisation des murs et des clôtures



Rue des Gaulois

IV Les enseignes

IV - 1 : TYPOLOGIE

Montgeron connaît une activité commerciale importante. Tant en centre-ville que dans les zones d'activités, le commerce est dynamique. Les enseignes sont disparates et ne présentent pas toujours les caractéristiques d'une bonne intégration.

IV - 2 : ENSEIGNES ET CADRE DE VIE

Les enseignes des commerces de centre-ville sont souvent en surcharge et mal intégrées au bâtiment qui les supporte.



Avenue de la République



Place Joseph Piette (Place de la Gare)



95 Avenue de la République

Dans les zones commerciales, quelques efforts ont été réalisés, mais il y a beaucoup d'enseignes qui ne s'intègrent pas dans leur environnement.



Accumulation d'enseignes (illégales pour certaines)



Exemple de présentation assurant une meilleure lisibilité

IV-2-A : Elles sont quelquefois trop nombreuses



Deux établissements aux enseignes multiples

IV-2-B : La hauteur

Leur hauteur nuit parfois à l'architecture, principalement lorsque l'enseigne, perpendiculaire ou parallèle, est à hauteur des fenêtres des étages.





IV-2-C : Les caissons

L'usage des « caissons » lumineux est fréquent



*Un caisson lumineux sur toute la longueur de la façade,
alors que le cinéma voisin est en lettres découpées*

IV-2-D : Murs et clôtures

La destination des murs de clôture et clôtures n'est pas de supporter des enseignes.



IV-2-E : L'utilisation des balcons



L'enseigne (légale) masque le balcon

IV-2-F : La mauvaise qualité



Aucun effort n'a été fait pour dissimuler les structures de cette enseigne

IV - 3 : INFRACTIONS

Le nombre d'enseignes en infraction est très élevé.

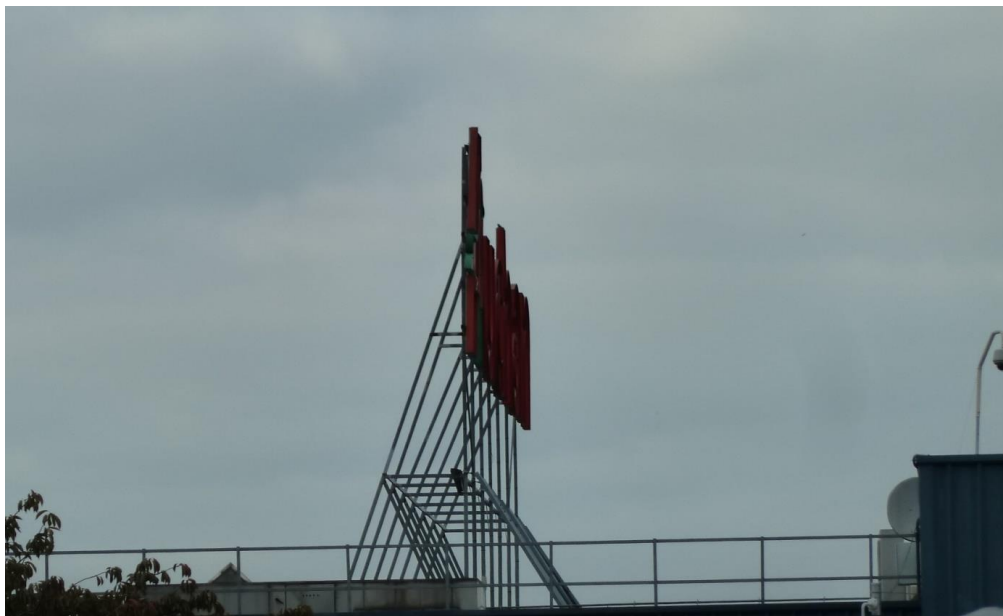
IV-3-A : Enseignes en toiture

Une enseigne en toiture doit être réalisée au moyen de lettres ou signes découpés, et ses fixations doivent être dissimulées.



L'enseigne ci-dessus n'est pas constituée de lettres ou logos découpés.

Les structures sont visibles



IV-3-B : Enseignes en façade

La règle de la proportion entre la surface de l'enseigne et la surface de la façade commerciale est peu respectée (rappel : délai d'application juillet 2018, voir paragraphe II-6-A)

Caissons lumineux sans rapport de proportion avec le bâti



Les deux établissements ci-dessous montrent qu'il n'est pas besoin d'excès pour être identifié.



IV-3-C : Enseignes scellées au sol

Le nombre d'enseignes scellées au sol (une par voie bordant l'établissement) est souvent excessif :



Trop haut

IV-3-D : Enseignes numériques

De plus en plus, les enseignes utilisent également les procédés numériques. Aucune n'a été recensée à ce jour. Leur nombre et leurs horaires d'extinction seront à prendre en considération.

V - Le mobilier urbain

Compte-tenu de leur format essentiellement de 2 m² et de leur nombre raisonnable, les publicités supportées par le mobilier urbain ne portent pas atteinte au paysage. Leurs qualité et entretien sont excellents.



VI - Autres dispositifs

Les enseignes temporaires, dont le régime est très complaisant dans le RNP, méritent un renforcement de leur réglementation ; les chevalets sont à traiter et leur installation doit être encadrée.



VII - Objectifs

La réforme de 2010 permet aujourd'hui l'intégration du RLP dans un véritable projet urbain. Au-delà des évolutions législatives et réglementaires applicables dans les prochaines années, le RLP de Montgeron doit prendre en compte la politique de la ville en matière de protection du cadre de vie. La pression publicitaire, concentrée sur certains axes, doit être réduite. Les formats sont à adapter au contexte Montgeronnais.

Les enjeux de protection des espaces verts, de mise en valeur du patrimoine bâti communal, de requalification des entrées de ville et de valorisation de l'urbanisme commercial sont portés par ce projet.

Les enseignes doivent participer à l'embellissement des lieux où elles sont apposées, en respectant les silhouettes urbaines.

Le RLP doit également anticiper sur les nouvelles technologies, traiter les formes de publicités inexistantes avant 2012 et fixer la plage d'extinction nocturne des publicités lumineuses.

On l'a vu, la publicité et les enseignes sont présentes sur tout le territoire communal. Aussi le RLP doit-il couvrir l'ensemble du territoire.

Le diagnostic fait apparaître des situations satisfaisantes et d'autres qui le sont moins. Il souligne également certains points qui méritent une action préventive.

VIII - Orientations relatives à la publicité

- | | |
|--------------------------|--|
| Orientation n°1 : | Interdire la publicité dans les lieux végétalisés, les zones naturelles ; |
| Orientation n°2 : | Respecter le patrimoine architectural des quartiers d'habitation Assurer une meilleure intégration des publicités sur les bâtiments ; |
| Orientation n°3 : | Limiter l'impact des publicités scellées au sol ; |
| Orientation n°4 : | Eviter les concentrations ; |
| Orientation n°5 : | Encadrer les nouvelles formes de publicité : bâches, publicité de petit format, publicité lumineuse ; |
| Orientation n°6 : | Harmoniser les dispositifs publicitaires ; |
| Orientation n°7 : | Fixer les horaires d'extinction nocturne ; |
| Orientation n°8 : | Protéger les murs, les clôtures, les murs de clôture ; |

Orientation n°9 : Définir des règles pour les enseignes temporaires et les chevalets

IX - Orientations relatives aux enseignes

Orientation n°10 Limiter le nombre d'enseignes en façade ;

Orientation n°11 Définir des règles de position des enseignes sur les façades

Donner des règles d'esthétique

Organiser les enseignes, amener de l'ordre dans les zones commerciales

Orientation n°12 Imposer des règles pour les enseignes scellées au sol ;

X - Explication des choix

Le RLP est constitué de deux volets distincts, l'un traitant de la publicité, l'autre des enseignes. Cette démarche permet de différencier les zones et les règles afférentes. Elle apporte, de plus, une lecture facilitée des textes, car les instructions (déclaration pour les publicités et autorisation pour les enseignes) sont différentes.

Chaque volet comporte deux parties. La première concerne les règles qui sont applicables à l'ensemble du territoire communal, la seconde concerne les règles qui sont applicables par type de zone défini en fonction des caractéristiques du territoire concerné et/ou en fonction de la nature des activités qui s'y exercent.

X-1 Publicité :

X-1-A : Explication des choix des règles générales

Les articles P-1, P-2 et P-3 fixent des règles qualitatives qui ont pour but d'assurer une perception agréable des matériels supportant la publicité ou les enseignes, ce qui participe au respect du cadre de vie.

La règle nationale de densité ne peut, à elle seule, lutter contre la multiplication des dispositifs publicitaires. Les articles P.5 et P.3.2 introduisent des règles spécifiques qui visent à éviter l'effet de saturation de la publicité murale et qui permettent que le regard ne soit pas arrêté par une concentration de dispositifs publicitaires scellés au sol.

Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, le RLP doit fixer une règle d'extinction nocturne de la publicité lumineuse. Afin de contribuer à la lutte contre le gaspillage énergétique, une règle d'extinction est instituée, plus sévère que la règle nationale des communes non comprises dans une unité urbaine (Article P.12).

X-1-B : Choix et explication du zonage

Zone 1:

Montgeron dispose d'un patrimoine naturel riche identifié au PLU : sites ou monuments historiques classés, espaces naturels boisés ou paysagers, bâtiments remarquables. Afin de prévenir toute prolifération de la publicité, et dans le prolongement des dispositions du RNP protégeant les espaces naturels, des règles d'interdiction sont adoptées dans ces secteurs.

Zone 2 :

La publicité présente sur les principaux axes du centre-ville ou d'accès au centre-ville n'est pas adaptée à l'environnement bâti proche. Des règles de densité et de format sont prises pour valoriser ces secteurs essentiels pour l'image de la ville.

Zone 3 :

Le RLP⁺ doit garantir l'équilibre entre la protection du cadre de vie et la liberté du commerce et de l'industrie. Aussi est-il tenu compte de la nécessité économique d'une présence de la publicité dans les zones d'activités économiques. La publicité, bien que réglementée, y est donc admise dans des conditions plus souples que dans les autres secteurs de l'agglomération.

Zone 4 :

Cette zone est constituée des parties du territoire aggloméré non comprises dans les autres zones.

Du fait des dispositions très restrictives édictées sur les autres zones, un risque existe de report des implantations de publicité sur ces lieux, essentiellement constitués de quartiers d'habitation paisibles. Ils font l'objet de dispositions spécifiques.

X-2 Enseignes :**X-2-A : Explication des choix des règles générales**

Le choix des mesures a été fait en fonction des données tirées du diagnostic, complété de mesures préventives de situations non présentes sur Montgeron, mais qui pourraient apparaître (installation de drapeaux et oriflamme, entretien,...).

Comme pour les publicités, une règle d'extinction est fixée, afin de lutter contre le gaspillage d'énergie (Article E.4).

X-2-B : Choix et justification du zonage**Zone 1:**

Montgeron dispose d'un patrimoine naturel riche identifié au PLU: sites ou monuments historiques classés, espaces naturels boisés ou paysagers, bâtiments remarquables.

Toutefois, les établissements présents dans ces lieux doivent pouvoir s'exprimer par l'enseigne.

Les limitations portent essentiellement sur les enseignes scellées au sol, obstacles émergents qui risquent de dénaturer l'environnement.

Zone 2 :

Il s'agit de revaloriser, pour le plus grand bénéfice de l'attractivité commerciale du centre-ville et de sa proximité, la présentation des enseignes dans ce secteur. Des règles précises, accompagnant la Charte Qualité de la ville y sont prescrites.

Zone 3 :

Les activités économiques constituent les secteurs principaux de cette zone. Les réformes récentes du RNP ayant rendu celui très contraignant en matière d'enseignes (nombre, surfaces), il y sera appliqué sans modification.

Zone 4 :

Cette zone est constituée des parties du territoire aggloméré non comprises dans les autres zones. S'agissant essentiellement de quartiers d'habitat, des règles similaires à celles prévues en zone 2 sont élaborées.