

LETTRE D'INFORMATION

Novembre 2021

LE RÈGLEMENT SE PRÉCISE

Après avoir évoqué le diagnostic territorial dans la lettre #1 puis abordé les règles nationales que le RLPi pourra adapter selon les spécificités locales dans la lettre #2, ce numéro dévoile les grands principes du zonage et du règlement envisagés par la communauté urbaine et présentés lors de la réunion publique du 23 novembre 2021. En effet, le dispositif encadrant la publicité sur le territoire de Grand Paris Seine & Oise va proposer un découpage en plusieurs zones établies d'après des caractéristiques similaires (centres-villes, axes structurants, zones commerciales...), dit zonage. Pour chaque zone seront écrites des règles relatives à l'implantation des panneaux publicitaires, leur format, leur nombre, dit règlement.

Une réflexion à l'échelle du territoire

Les propositions de zonage et de règlement découlent d'orientations générales discutées au sein des conseils municipaux et du conseil communautaire. Elles permettront principalement :

- De maintenir l'interdiction de publicité dans les communes du Parc naturel régional du Vexin français (PNR) ainsi que dans tous les espaces non construits du territoire ;
- De limiter le nombre de zones de publicité dans les secteurs urbains, codifiés U dans le plan local d'urbanisme intercommunal (PLUi), pour une meilleure lisibilité du RLPi, une harmonisation sur le territoire et une égalité de traitement de tous les habitants ;
- D'adopter des principes communs dans le reste du territoire, tels que l'obligation d'extinction des publicités et enseignes lumineuses, la réduction du nombre et de la superficie des publicités ;
- De renforcer l'insertion qualitative des enseignes d'entreprises et commerces pour accroître l'attractivité des activités locales sans pour autant brider la liberté d'expression des commerçants ni l'appréciation de chaque maire.

LES FONDAMENTAUX DU RLPI

Les supports visés

- La publicité = toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention (pour vanter un produit par exemple) ;
- La pré-enseigne = toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité (présence d'indications directionnelles le plus souvent) ;
- L'enseigne = toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

L'état des lieux de l'existant

- ~ 800 dispositifs de publicité et de pré-enseigne sur le domaine public (*mobilier urbain type abribus, panneau d'information*) : il s'agit d'équipements pour lesquels les communes ont passé des contrats avec des prestataires de l'affichage ; parce qu'ils sont associés à des services, ils ne sont pas directement concernés par le RLPI.
- ~ 500 supports publicitaires et pré-enseignes sur des propriétés privées (*particuliers, domaine ferroviaire*) ;
- 31 communes concernées par la présence de panneaux publicitaires sur le domaine privé, soit 43% du territoire
- 28 communes sans panneaux
- 14 communes intégrées au Parc naturel régional du Vexin français (PNR), soumises d'office à l'interdiction de publicité.

LES 6 ORIENTATIONS GÉNÉRALES DU RLPI

- 1 Maintenir l'interdiction de publicité définie par la réglementation nationale pour les communes couvertes par le parc naturel régional (PNR) du Vexin français.
- 2 Sauvegarder l'authenticité des paysages des communes au caractère rural plus marqué, en durcissant davantage la réglementation nationale.
- 3 Accroître la qualité du cadre de vie des centres-villes et des secteurs principalement dédiés à l'habitat.
- 4 Réduire l'impact publicitaire le long des axes structurants et à proximité des zones commerciales et d'activités.
- 5 Traiter de manière spécifique la publicité située dans les lieux patrimoniaux.
- 6 Améliorer la lisibilité des activités et l'insertion qualitative des enseignes, tant celles des centres-bourgs, centres-villes et secteurs résidentiels, que celles des zones commerciales et d'activité, sans brider pour autant la liberté d'expression des activités locales.

ZONAGE ET RÈGLEMENT : LES PROPOSITIONS

Des règles communes

- Aucune publicité ne sera acceptée dans les espaces non construits, à l'extérieur des espaces urbanisés des communes (*zones agricoles ou naturelles*) = 75% du territoire de GPS&O ;
- Les publicités lumineuses devront obligatoirement être éteintes entre 23h et 7h ; les enseignes lumineuses le seront entre 0h et 7h, dès lors que l'activité aura cessé.
- ➔ une dérogation est proposée pour les abribus au regard de leur utilité pour les usagers ;
- L'installation de panneaux côte à côte ou l'un au-dessus de l'autre devient interdite quelle que soit la zone ;
- Les publicités ne pourront plus être apposées sur les clôtures.



Publicité : des spécificités selon les zones

Après étude de la morphologie des périmètres actuellement urbanisés, quatre zones ont pu être proposées. Les autorisations d'installation de publicités y sont plus ou moins restrictives. Les centres historiques et les lieux d'habitat pourront par exemple être préservés des installations publicitaires. Ces installations pourront être plus fréquentes aux abords des voies très empruntées et des zones d'activités ou commerciales.

- **ZP1** : elle correspond aux sites patrimoniaux remarquables de Mantes-la-Jolie et d'Andrésey (SPR - ex-aires de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP))

➔ publicités autorisées sur le mobilier urbain et les chevalets uniquement

- **ZP2** : elle correspond aux centralités et secteurs résidentiels des communes urbaines (centres-villes, centres-bourgs, zones d'habitat...)

➔ publicités autorisées sur le mobilier urbain, les chevalets et le mur d'un bâtiment (limitées à 4 m², voire à 2 m² dans des secteurs déclinés en ZP2b)

- **ZP3** : elle correspond aux axes structurants, tels que certaines routes départementales particulièrement empruntées

➔ publicités autorisées sur le mobilier urbain, sur poteaux fixés au sol et par fixation au sol (limitées à 10,50 m²)

- **ZP4** : elle correspond aux zones commerciales et aux zones d'activités

➔ publicités autorisées sur le mobilier urbain, le mur d'un bâtiment (limitées à 10,50 m²), sur support numérique (limitées à 8 m²) et par fixation au sol (limitées à 10,50 m²)

> EN SAVOIR PLUS 

Des panneaux publicitaires moins nombreux et plus petits

Les règles envisagées conduiront au démontage de certains panneaux publicitaires existants sur les 31 communes qui hébergent de la publicité. Il s'agit :

- Des 6% d'installations qui se situent actuellement hors agglomération, espace sanctuarisé interdit à la publicité ;

- Des panneaux de 12 m² qui devront être remplacés par des supports légèrement plus petits (10,50 m² tout compris).

Pour le reste, il s'agira de vérifier la conformité des installations au règlement du

futur RLPi. Il s'agit des 48% de panneaux qui sont implantés dans les futures zones ZP2 et ZP2b (tissu pavillonnaire), 37% dans la ZP3 (grands axes) et 8% en ZP4 (zones d'activités et commerciales)



Avec le futur RLPi, certains panneaux publicitaires ne seront plus autorisés le long des routes, d'autres seront réduits.

Enseignes : des prescriptions esthétiques

Le RLPi permettra d'harmoniser les enseignes sur tout le territoire en imposant :

- Le respect des lignes qui structurent visuellement la façade, des emplacements des fenêtres et ouvertures... ;

- L'interdiction de masquer un élément décoratif de la façade, de chevaucher la corniche ou le bandeau ;

- Une nécessaire simplicité des visuels, de faible épaisseur et discrets du point de vue des fixations et des dispositifs d'éclairage ;

- L'interdiction des teintes agressives ;

- Une installation des enseignes parallèles et perpendiculaires au plus près du rez-de-chaussée lorsque l'activité est exercée uniquement à ce niveau-là.

Les commerçants et entrepreneurs auront six ans pour se mettre en conformité avec ces prescriptions, une fois le RLPi mis en œuvre.



Exemples d'enseignes qualitatives, en lettres peintes sur devanture en bois, en lettres et signes découpés, sur lambrequin de store...

S'INFORMER ET PARTICIPER AU PROJET

Après une pause estivale,
la concertation a repris :

- Les commerçants et entrepreneurs ont pu assister à une réunion spécifique **le 13 septembre** pour aborder les sujets liés aux enseignes ;
- Les afficheurs ont été conviés **le 7 octobre** à une présentation de l'avancement du projet et ont pu échanger sur les grands principes du règlement.

Pour le grand public, une deuxième réunion publique a été proposée **le 23 novembre** en visioconférence et les moyens d'information et de participation sont toujours ouverts :

- Articles et formulaire pour s'exprimer en ligne sur rlpi.gpseo.fr ;
- Dossier de concertation consultable en communes et sur le site internet dédié. Il a été complété avec les derniers supports de communication (*lettre d'information, exposition...*) ;
- Exposition pour les communes (*également mise en ligne sur le site internet et présentée au siège de GPS&O à Aubergenville*).

Plus d'infos :
rlpi.gpseo.fr

Clôture de la concertation

La phase de concertation avec la population doit nécessairement faire l'objet d'un bilan soumis à l'approbation des élus de Grand Paris Seine & Oise. Pour le constituer et pouvoir le présenter au conseil communautaire au premier trimestre 2022, il est impératif de clôturer la concertation suffisamment en amont. **Vous avez donc jusqu'au dimanche 19 décembre 2021 à minuit** pour faire part de vos contributions, suggestions et avis par tous les moyens mis à votre disposition.

Ce bilan de la concertation est un préalable indispensable à la sollicitation des élus de la communauté urbaine pour donner leur accord sur le projet présenté (on parle d'« arrêt de projet », il est prévu au premier trimestre 2022). Après avoir reçu cette acceptation, le projet de RLPi sera d'abord soumis pour avis aux communes et aux partenaires puis à la population à travers l'enquête publique prévue à l'automne 2022.

Ce n'est qu'après avoir enregistré et étudié tous ces retours – et avoir éventuellement retouché le projet pour répondre à certaines remarques – que le RLPi dans sa forme définitive pourra être soumis à l'approbation finale du conseil communautaire.