



**Département de Seine-et-Marne**

**VILLE DE MELUN**

# **REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**

**Dossier d'enquête publique**

**Note de présentation**



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

#### **PREAMBULE**

Conformément à l'article R123-8 alinéa 2 du code de l'environnement, le dossier d'enquête publique comprend « *en l'absence d'étude d'impact ou d'évaluation environnementale, une note de présentation précisant les coordonnées du maître d'ouvrage ou du responsable du projet, plan ou programme, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu* ».

#### **LES COORDONNEES DU MAITRE D'OUVRAGE**

Ville de Melun  
16 rue Paul Doumer  
77000 Melun

Le responsable du projet de révision du règlement local de publicité est monsieur Louis VOGEL, Maire de Melun.

#### **OBJET DE L'ENQUETE PUBLIQUE UNIQUE**

La révision du règlement local de publicité.

#### **TEXTES REGISSANT L'ENQUETE PUBLIQUE**

##### **Code de l'urbanisme :**

Les articles L.153-19 et R.153-8 à R.153-10.

##### **Code de l'environnement :**

Chapitre III du titre II du livre Ier parties législatives et réglementaires (articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants).

##### **Eléments de la procédure :**

Cadre juridique :

- Articles L.581-14, L.581-14-1, L.581-14-2, L.581-14-3, R.581-72, R.581-73, R.581-74, R.581-75, R.581-76, R.581-77, R.581-78, R.581-79, R.581-80 du code de l'environnement
- Articles L.153-11, L.153-12, L.153-14, L.153-15, L.153-16, L.153-17, L.153-19, L.153-21, R.153-3, R.153-4, R.153-5, R.153-8, R.153-20, R.153-21 du code de l'urbanisme
- Article L.123-6 du code de l'environnement
- Concertation : articles L.103-2, L.103-3, L.103-6 du code de l'urbanisme
- Association : articles L.132-2, L.132-3, L.132-7, L.132-9, L.132-10, L.132-11 du code de l'urbanisme
- Consultation : articles L.132-12, L.132-13 du code de l'urbanisme



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre 1<sup>er</sup> du code de l'urbanisme (article L.581-14-1 du code de l'environnement).

Les procédures d'élaboration, de révision, de modification des documents d'urbanisme des communes font l'objet d'une enquête publique d'une durée minimale d'un mois. (Article R.123-6 code de l'environnement).

Selon les dispositions de l'article L.153-19 du code de l'urbanisme, l'enquête publique est réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre 1<sup>er</sup> du code de l'environnement.

L'enquête publique portant sur le RLP est régie par le code de l'environnement, et, notamment, les articles L. 123-1 et suivants et R. 123-1 et suivants.

#### **Insertion de l'enquête publique dans la procédure de révision du RLP**

La procédure de révision du règlement local de publicité a été engagée par délibération du conseil municipal, en date du 12 avril 2018.

Le conseil municipal a débattu sur les orientations générales du projet de RLP le 11 avril 2019.

Dans le cadre de l'association des personnes publiques associées et de la concertation avec les professionnels, des réunions se sont tenues les 15 janvier, 16 février, 14 mai et 15 mai 2019.

Le bilan de la concertation a été acté et le projet de règlement arrêté par le conseil municipal le 27 juin 2019. Le bilan de la concertation figure dans le dossier d'enquête publique.

Conformément aux dispositions des articles L.153-16 et R.153-4 du code de l'urbanisme, les personnes publiques associées ont été sollicitées par courriers en date du 18 juillet 2019. Le projet a été transmis au préfet pour demande d'avis de la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites par courrier en date du 18 juillet 2019 et réceptionné le 19 juillet 2019.

L'avis exprimé le 14 octobre 2019 par la commission départementale compétente en matière de nature, paysages et sites, réunie en procédure dématérialisée est favorable.

Le Département de Seine et Marne a émis un avis favorable le 6 août 2019.

La Commune de Rubelles a émis un avis favorable le 4 septembre 2019.

L'association France Nature Environnement Seine-et-Marne a formulé des observations par courrier en date du 17 septembre 2019.

La Direction Départementale des Territoire a émis un avis favorable assorti de prescriptions en date du 19 septembre 2019.

L'association Paysages de France et Sites & Monuments a formulé des observations par courrier en date du 19 octobre 2019.

L'ensemble des autres personnes publiques associées n'ayant exprimé aucun avis, leurs avis sont réputés favorables depuis le 22 octobre 2019.



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

Le projet est soumis à enquête publique conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'environnement.

#### **Décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête publique**

A l'issue de l'enquête publique, le projet de RLP, éventuellement modifié pour tenir compte du rapport et des conclusions motivées de la commission d'enquête et des avis et observations des personnes publiques consultées, sera soumis pour approbation au conseil municipal de Melun.

#### **Les différentes étapes de l'enquête publique**

Saisine du tribunal administratif de Melun par courrier du maire et désignation de monsieur Michel Vayssiere en qualité de commissaire enquêteur.

Arrêté n° n°2019.1198 du 08 octobre 2019, de monsieur le maire portant ouverture d'une enquête publique relative aux procédures de révision du RLP de la ville de Melun.

Mesures de publicité :

- affichage de l'avis d'enquête publique en mairie 15 jours au moins avant le début de l'enquête et pendant toute la durée de celle-ci ;
- insertion de l'avis d'enquête publique dans deux journaux paraissant dans le département 15 jours au moins avant le début de l'enquête et rappel dans les 8 premiers jours de celle-ci ;
- publication de l'avis d'enquête publique sur le site internet de la ville <http://www.ville-melun.fr/>

Enquête publique du 4 novembre 2019 au 6 décembre 2019 inclus.

Le dossier d'enquête publique sera mis à disposition :

- à la mairie de Melun, Services Techniques au niveau du rez-de-chaussée du Bâtiment de la Direction du Cadre de Vie et de l'Aménagement Durable de la Mairie de Melun, 16 rue Paul Doumer – 77000 Melun, aux horaires suivants : du lundi au vendredi de 8h30 à 12h15 et de 13h30 à 17h30
- sur le site internet de la Ville : <http://www.ville-melun.fr/>

Le public pourra faire part de ses observations, propositions et contre-propositions :

- dans le registre prévu à cet effet sur le lieu de l'enquête publique, à la mairie de Melun, Services Techniques au niveau du rez-de-chaussée du Bâtiment de la Direction du Cadre de Vie et de l'Aménagement Durable de la Mairie de Melun, 16 rue Paul Doumer aux horaires suivants : du lundi au vendredi de 8h30 à 12h15 et de 13h30 à 17h30
- par le biais des adresses mail suivantes : [commerce@ville-melun.fr](mailto:commerce@ville-melun.fr) ou [contact@ville-melun.fr](mailto:contact@ville-melun.fr)

A l'expiration du délai d'enquête, le registre sera clos et signé par le commissaire enquêteur. Dès réception du registre et des documents annexes, le commissaire enquêteur devra remettre au maire ses observations consignées dans un procès-verbal de synthèse, en l'invitant à produire dans un délai de 15 jours ses observations éventuelles. Dans un délai de 30 jours à compter de la clôture de l'enquête, le commissaire enquêteur adressera au maire son rapport et des conclusions motivées.



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

Ce rapport pourra être consulté à la préfecture de Melun et à la mairie pendant une durée d'un an. Il sera également consultable sur le site Internet de la mairie (pendant une durée d'un an à compter de sa mise en ligne).



## CONTENU DU DOSSIER D'ENQUETE PUBLIQUE

### Les documents exigés dans le dossier d'enquête publique

- Art. R.123-8 du code de l'environnement : « 1° Lorsqu'ils sont requis, l'étude d'impact et son résumé non technique ou l'évaluation environnementale et son résumé non technique, et, le cas échéant, la décision d'examen au cas par cas de l'autorité administrative de l'Etat compétente en matière d'environnement visée au I de l'article L.122-1 ou au IV de l'article L. 122-4, ainsi que l'avis de l'autorité administrative de l'Etat compétente en matière d'environnement mentionné aux articles L.122-1 et L.122-7 du présent code ou à l'article L.121-12 du code de l'urbanisme ; »
- Art. R.123-8 du code de l'environnement : « 2° En l'absence d'étude d'impact ou d'évaluation environnementale, une note de présentation précisant les coordonnées du maître d'ouvrage ou du responsable du projet, plan ou programme, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu ; »
- Art. R.123-8 du code de l'environnement : « 3° La mention des textes qui régissent l'enquête publique en cause et l'indication de la façon dont cette enquête s'insère dans la procédure administrative relative au projet, plan ou programme considéré, ainsi que la ou les décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête et les autorités compétentes pour prendre la décision d'autorisation ou d'approbation ; »
- Art. R.123-8 du code de l'environnement : « 4° Lorsqu'ils sont rendus obligatoires par un texte législatif ou réglementaire préalablement à l'ouverture de l'enquête, les avis émis sur le projet plan, ou programme. Dans le cas d'avis très volumineux, une consultation peut en être organisée par voie électronique dans les locaux de consultation du dossier ; »
- Art. R.123-8 du code de l'environnement : « 5° Le bilan de la procédure de débat public organisée dans les conditions définies aux articles L.121-8 à L.121-15, ou de la concertation 6 définie à l'article L.121-16, ou de toute autre procédure prévue par les textes en vigueur permettant au public de participer effectivement au processus de décision. Lorsqu'aucune concertation préalable n'a eu lieu, le dossier le mentionne ; ».



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Enquête publique – Note de présentation

### **Caractéristiques les plus importantes du projet et résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet soumis à enquête a été retenu**

En application de la loi portant engagement national pour l'environnement (ENE) du 12 juillet 2010, la ville de Melun, compétente en matière de PLU, est également compétente pour élaborer et réviser un RLP sur son territoire.

Considérant que plusieurs préoccupations en lien avec le cadre de vie et l'environnement méritaient une approche transversale et globale dans le cadre de l'élaboration d'une réglementation de la publicité et des enseignes, la délibération du conseil municipal du 12 avril 2018, prescrivant l'élaboration du RLP a défini les objectifs suivants :

- Mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire,
- Actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale,
- Maîtriser l'implantation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur le territoire communal,
- Participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale, industrielle de la Commune tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire,
- Réduire la pollution visuelle.

Cette délibération a également défini les modalités de de la concertation. Celle-ci fait l'objet d'un bilan approuvé par délibération le 11 avril 2019.

### **Association des personnes publiques, des associations et organismes concernant le RLP**

Outre les dispositions propres à la concertation, la procédure d'élaboration prévoit des modalités particulières pour l'association des personnes publiques et pour la consultation des associations et organismes agréés.

Ces modalités se sont traduites par :

- 1 réunion avec l'Architecte des Bâtiments de France le 15 janvier 2019 ;
- 1 réunion publique avec les commerçants, entreprises et habitants le 25 avril 2019 ;
- 2 réunions avec les PPA les 19 février 2019 et le 14 mai 2019 ;
- 1 réunion avec les professionnels de la publicité le 14 mai 2019 ;
- 1 atelier avec l'association de commerçants de la Ville le 15 mai 2019.

### **Diagnostic du RLP**

Un diagnostic a été réalisé, qui a permis de mettre en évidence les problématiques et les points positifs de ces dispositifs à l'échelle de la Ville de Melun. Ce diagnostic mentionne :

- Le caractère peu restrictif du Règlement Local de Publicité actuel au regard des règles sur les dispositifs publicitaires et les enseignes notamment en lien avec le Site Patrimonial Remarquable [SPR].
- La nécessité de simplifier le zonage pour plus de cohérence avec les caractéristiques et l'évolution du tissu urbain.
- D'une concentration de dispositifs publicitaires sur la commune, notamment aux entrées de ville.
- De l'existence d'enseignes et de dispositifs publicitaires non conforme au regard du



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

#### Règlement National de Publicité

- De la présence d'enseignes et de dispositifs publicitaires conformes mais qui apparaissent comme inadaptés au cadre de vie et à l'architecture des bâtiments au regard de leur insertion dans l'environnement urbain. En effet, ils peuvent dégrader les perspectives paysagères, être de médiocre qualité, être à proximité immédiate des habitations ou encore être volumineux au regard de l'environnement urbain.

#### **Orientations du RLP**

Au vu des objectifs fixés par la commune et des éléments du diagnostic, en matière de publicité, les orientations suivantes ont été préconisées :

##### *Les orientations pour la publicité :*

- Mettre en valeur le patrimoine et protéger les habitations en instaurant une marge de recul minimum par rapport à une baie d'habitation et des règles spécifiques d'implantation et de surface sur un pignon aveugle.
- Préserver les axes arborés pour respecter les perspectives paysagères en lien avec la réglementation du PLU et du Site Patrimonial Remarquable (interdiction de dispositifs publicitaires hors mobilier urbain et chevalets).
- Protéger les entrées de ville (limitation de densité et de surface, rationalisation, amélioration de la qualité des matériaux, abaissement de la surface des dispositifs).
- Permettre l'exploitation du mobilier urbain publicitaire avec une étude d'implantation au cas par cas.
- Permettre l'utilisation de chevalet, avec au maximum un dispositif par établissement : les chevalets posés devant les magasins sont des publicités (ou des pré-enseignes suivant la nature du message) ils seront admis sous réserve de l'octroi au cas par cas d'une autorisation d'occupation du domaine public, que la municipalité pourra refuser, notamment en cas de gêne à la circulation des piétons et des personnes à mobilité réduite (PMR).
- Anticiper le développement du numérique en définissant la surface maximale et en autorisant son développement dans certains lieux ; le Règlement Local de Publicité ne peut pas l'interdire à l'échelle de la Ville mais il peut le limiter.
- Étendre la plage horaire d'extinction fixée par la réglementation nationale afin de contribuer à diminuer la pollution lumineuse, à préserver la biodiversité et la facture énergétique,
- Réglementer et limiter les dispositifs temporaires.

##### *Les orientations communes à toutes les zones pour les enseignes :*

- Harmoniser les enseignes entre elles en termes de surface par rapport à la devanture, de hauteur pour le dispositif et le lettrage et d'implantation par rapport à la façade (rez-de-chaussée commercial). L'objectif est de limiter le nombre d'enseigne sur une devanture commerciale pour garantir la lisibilité et la visibilité commerciale.
- Inscrire les enseignes dans l'architecture en instaurant des règles esthétiques (matériaux, éclairage, etc.)





## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

- Étendre la plage des horaires d’extinction des enseignes fixée par la réglementation nationale, afin de contribuer à diminuer la pollution lumineuse, à préserver la biodiversité et la facture énergétique.
- Interdire certains types de dispositifs comme les bâches.

#### *Les orientations spécifiques par type de quartier pour les enseignes :*

- **centre-ville et les quartiers d’habitat résidentiel incluant l’écoquartier « Woody »:**
  - Interdire les enseignes scellées au sol.
  - Interdire les enseignes numériques au regard de l’environnement urbain (concentration d’habitation) afin de limiter la pollution lumineuse en Ville.
  - Interdire les enseignes en toiture.
- **zones d’activités économiques :**
  - Appliquer la réglementation nationale au regard des formes urbaines spécifiques des zones d’activités économiques.
  - Permettre les enseignes numériques au regard de l’environnement urbain à dominante économique.
- **entrées de ville :**
  - Permettre les enseignes scellées au sol lorsque l’établissement est en retrait de la voie publique.

#### **Le projet de RLP**

Les travaux relatifs à la révision du RLP permettent de présenter aujourd’hui un projet constitué d’un rapport de présentation, d’un règlement écrit et d’un plan de zonage.

Globalement, le projet de RLP proposé s’avère :

- plutôt strict sur la publicité, au motif principal de la préservation du patrimoine et des paysages (qu’il soit architectural, urbain, végétal et paysager) et du cadre de vie résidentiel ;
- orienté sur les aspects qualitatifs pour les enseignes, pour lesquelles il s’agit surtout de contrôler la bonne insertion aux façades et aux sites.

Les règles sont adaptées à la typologie de lieux qui a été déterminée :

- D’une part le secteur ancien de la Ville comprenant le centre-ville et Melun Sud (zone 1) et correspondant à minima au périmètre du SPR ;
- d’autre part les secteurs à dominante d’habitat et les grands axes de la Ville (zone 2) ;
- enfin, les zones d’activités économiques au tissu urbain spécifique (zone 3)

Hors agglomération, où la publicité est interdite, les éventuelles enseignes suivent le régime national.

En zone 1, partie historique de la Ville et dans le périmètre SPR, la publicité dans ces lieux est interdite mais pourra être admise sur le mobilier urbain sous certaines conditions. La ville doit pouvoir diffuser des informations telles que le code de l’environnement les prévoit. Les chevalets sont admis, sous réserve de l’octroi d’une autorisation d’occupation du domaine public que la Ville pourra refuser, notamment en cas de gêne à la circulation piétonne et des personnes à mobilité réduite (PMR). Les dispositifs publicitaires sur les bâches de chantier sont également admis dans la limite de 8m<sup>2</sup> et dans la limite d’une occupation de la surface totale de la bâche n’excédant pas 50%.



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

Concernant les enseignes, le projet de RLP vise à garantir la visibilité des activités tout en cherchant l'amélioration et de requalification de ces dernières. Les règles applicables aux enseignes ont essentiellement pour but de protéger la qualité architecturale des immeubles. Les enseignes doivent garantir l'harmonie des façades qu'elles occupent comme les perspectives visuelles dans le cas particulier des enseignes perpendiculaires. La réduction des nombres et des surfaces a pour objectif corollaire une amélioration de la visibilité de chaque commerce ou activité.

Concernant les activités en étage, et pour mettre en valeur le patrimoine, l'implantation d'une enseigne ne peut se faire qu'en rez-de-chaussée du bâtiment, au niveau de l'entrée principale, au moyen d'une plaque en plexiglas transparente et de même dimension pour chaque activité (20 cm de hauteur et 30 cm de largeur) afin d'assurer une homogénéité. Cependant, l'enseigne peut être inscrite sur le lambrequin des stores dans le cas où des stores sont existants.

Les enseignes parallèles ou perpendiculaires sont limitées en nombre et en format à savoir un dispositif de chaque par voie et par établissement pour améliorer la visibilité de l'établissement. De plus, et afin d'obtenir une harmonie des vues en perspective, autant que pour des raisons de sécurité, aucune dimension d'une enseigne perpendiculaire n'excèdera 0,60 mètre de hauteur, 0,75 mètre de saillie maximum et 0,10 mètre d'épaisseur. Une obligation de s'implanter en continuité de l'enseigne parallèle à la façade s'ajoute à cela. L'installation d'un store et l'inscription de l'enseigne sur le lambrequin sont également autorisées à condition que ces derniers ne soient pas trop volumineux au regard du bâtiment dans lequel ils s'insèrent.

La densité du dispositif d'enseigne parallèle à la façade est réduite à 20% si la façade commerciale est inférieure à 50 m<sup>2</sup>, 10% si la façade commerciale est supérieure à 50 m<sup>2</sup> dans un souci de préservation des proportions. En effet, la réduction de la densité des enseignes est recherchée pour rendre plus qualitative ces zones et rendre les établissements plus visibles.

Sur un plan qualitatif, l'utilisation de coloris trop vifs sont proscrites. Les dispositifs d'éclairage doivent être les plus discrets possibles pour ne pas éblouir les usagers de la voie publique. Les enseignes doivent respecter le rythme de la façade, des ouvertures, de la trame parcellaire et l'architecture du bâtiment.

L'occultation des vitrines par des autocollants produit des effets négatifs d'une part sur la perception de la dynamique commerciale par les clients, les usagers, ..., et d'autre part sur l'image du commerce et plus globalement du quartier. Elle est donc limitée à 1m<sup>2</sup> de la vitrine avec une exception dans des cas limités et justifiables, par exemple les espaces de confidentialité des banques ou des professions médicales ou paramédicales qui ont besoin de surface majoritairement occultée.

Soucieuse du dynamisme de l'activité commerciale mais consciente de la pollution visuelle engendrée par la multiplication des enseignes temporaires, leurs utilisations par établissement et par année civile sont cadrées. Elles sont utilisables uniquement dans les cas suivants : des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois (fêtes locales / salons / brocantes et foires) ; travaux publics ou opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation ; location et vente (réservé aux agences immobilières et professionnels de l'immobilier).

Pour des raisons d'incompatibilité avec le bâti de la ZPR1, les enseignes en toiture sont interdites.

Pour des raisons d'esthétisme, de mise en valeur du patrimoine et de préservation du cadre de vie des habitants, les enseignes sur oriflammes scellées au sol, à faisceau de rayonnement laser, lumineuses scellées au sol (sauf pour les activités devant réglementairement afficher des prix à l'extérieur), à messages défilants, gonflables et aériennes, rotatives ou sur ressorts, permanentes sur banderoles, sur oriflammes non scellés au sol et utilisés de façon permanentes sont proscrites. De plus, les enseignes sur les murs de clôtures et les clôtures, les appuis de fenêtres, garde-corps, auvent, marquise, balcon, volets, au-devant des fenêtres sont également proscrites. Ces éléments contribuent à la structuration du bâtiment et au paysage de la rue. Enfin, les enseignes scellées au sol sont interdites dans certains secteurs où le tissu urbain dense n'offre pas les conditions satisfaisantes.



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

Dans l'objectif de protéger le voisinage de toute nuisance visuelle, les enseignes numériques sont proscrites. Une exception est tolérée pour les établissements cinématographiques compte-tenu de l'adéquation de l'activité avec cette technique.

Dans le cadre de sa politique de protection de l'environnement, la Ville contribue à la réduction de la pollution lumineuse en augmentant de deux heures la durée d'extinction par rapport à la norme nationale (23h / 6h contre 1h / 6h).

En zone 2, comprenant des axes routiers structurants permettant d'accéder au centre-ville de Melun, peuvent admettre des supports de publicité sans nuire au patrimoine et aux éléments paysagers (alignement d'arbres à préserver, espaces verts et paysagers à protéger, espaces boisés classés et espaces naturels sensibles) et en adoptant un format en lien avec la vitesse de déplacement. Tout comme en zone 1 et dans les mêmes conditions, la publicité pourra être admise sur le mobilier urbain en ZPR 2.

Conformément à la volonté de préserver les éléments paysagers, le règlement local n'admet aucun dispositif publicitaire (hors mobilier urbain) sur le foncier public ou privé le long :

- des alignements d'arbres à préserver, espaces verts et paysagers à protéger, espaces boisés classés et espaces naturels sensibles,
- des quais Hippolyte Rossignol, Maréchal Foch, Pasteur.

Aucune forme de clôture n'est propre à accueillir la publicité. Les murs anciens ou les clôtures végétales contribuent grandement à la structuration du paysage de la rue. Elles doivent rester visibles en intégralité. La publicité y est donc proscrite.

Afin de garantir un embellissement de l'entrée Sud de la Ville de Melun et de prendre en considération le développement du secteur à dominante résidentielle les dispositifs publicitaires sur les talus de la SNCF sont proscrits.

Pour des raisons d'esthétisme, de mise en valeur du patrimoine et de préservation du cadre de vie des habitants, les publicités sont interdites sur les oriflammes scellés au sol ou autres dispositifs gonflables et/ou aériens, rotatifs ou sur ressorts, sur les parcelles lorsque la configuration parcellaire est mal adaptée à savoir un des angles inférieurs à 45°, sur toiture et sur auvent, sur les dispositifs solidaires permettant un multi-affichage comme par exemples les dispositifs en « V », superposés ou côte à côte, sur les bâches publicitaires, sur les emprises publiques et privées bordant les départementales D605 et D606.

De plus, les publicités sur les murs de clôture, des clôtures, et au-dessus de ces derniers sont également proscrites. Tout comme pour les enseignes, ces éléments contribuent à la structuration du bâtiment et à la qualité du paysage urbain.

Dans le reste de la zone et afin de limiter l'impact des publicités sur les perspectives, et comme indiqué dans les orientations, le règlement impose une surface d'affichage maximale de 8 m<sup>2</sup> avec un encadrement d'une largeur maximale de 11 centimètres, en l'appliquant aux publicités murales comme aux publicités scellées au sol. Concernant la publicité murale, l'occultation de la façade aveugle par le support mural est limitée à 25% de la surface totale de la façade et doit être implanté à plus de 7,5 m du sol.

Cette exigence quantitative est complétée de prescriptions qualitatives comme par exemple l'interdiction d'utilisation des passerelles, échelles et structures métalliques, uniformité des coloris de la structure, habillage des surfaces non exploitées. Cette réduction de la surface et cette recherche de qualité visent à améliorer l'intégration des dispositifs dans l'environnement urbain.

Afin de garantir la mise en valeur du patrimoine, une règle de recul des publicités scellées au sol vis-à-vis des baies d'un bâtiment de 6 mètres minimum doit séparer le panneau du bâtiment afin de laisser libre la visibilité de ce dernier.

Les publicités, limitées en surface, soumises à des règles quantitatives propres au matériel ou à la façon de l'installer, doivent être soumises à une règle de densité. Afin d'éviter que les panneaux ne



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

se succèdent sur un rythme excessif, aucun dispositif ne peut être implanté dans les unités foncières qui présentent un linéaire de façade inférieur à 60 mètres. Au-delà, une seule publicité est admise par unité foncière. Sur les quais de la SNCF, 5 dispositifs sont admis.

Les publicités lumineuses, dont les publicités numériques, sont proscrites afin de préserver la quiétude des habitants.

Les publicités non lumineuses doivent dissimuler au maximum les dispositifs d'éclairage pour ne pas éblouir les passagers et doivent respecter les horaires d'extinction comme pour les enseignes dans un souci de limiter la pollution lumineuse.

Les bâches publicitaires peuvent être autorisées, prenant en compte le caractère éphémère des bâches liées à des chantiers dans la limite de 8m<sup>2</sup> et dans la limite d'une occupation de la surface totale de la bâche n'excédant pas 50%. Les dispositifs de micro-affichage sont autorisés dans la limite d'un par établissement et d'une surface maximale de 0,25 m<sup>2</sup> afin d'en limiter l'impact sur le bâtiment.

Soucieuse du dynamisme de l'activité commerciale mais consciente de la pollution visuelle engendrée par la multiplication de préenseignes temporaires, leurs utilisations par établissement et par année civile sont cadrées. Elles sont utilisables uniquement dans les cas suivants : des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois (fêtes locales / salons / brocantes et foires) ; travaux publics ou opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation ; location et vente (réservé aux agences immobilières et professionnels de l'immobilier).

Concernant les enseignes, Le principe général d'intégration à l'architecture est à l'évidence repris dans cette zone. Les règles sont les mêmes qu'en ZPR1 avec quelques restrictions supplémentaires.

Compte tenu de l'urbanisme très particulier, les enseignes scellées au sol sont autorisées pour les établissements en retrait de la voie publique et doivent prendre la forme d'un totem (1 mètre de largeur maximum et 3 mètres de hauteur maximum)

En zone 3, compte tenu que cette zone intègre des axes routiers structurants, les règles sont les mêmes qu'en ZPR2. Cependant, la zone étant principalement occupée par des activités économiques, la publicité lumineuse d'une surface unitaire de 8m<sup>2</sup> (encadrement inclus) ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du terrain naturel est tolérée à condition d'être à plus de 60 mètres de distance d'une baie d'habitation pour limiter l'impact sur des habitations situées à proximité. Elle devra respecter une distance de 6 mètre vis-à-vis d'un bâtiment. De plus, et pour accompagner la diminution de la pollution lumineuse, la Ville augmente également de deux heures la durée d'extinction par rapport à la norme nationale (23h / 6h contre 1h / 6h). L'intensité lumineuse doit varier en fonction de la luminosité naturelle afin d'éviter que la source lumineuse ne soit agressive.

Concernant les enseignes, l'urbanisme de ces zones étant de type industriel, la réglementation nationale s'applique avec quelques restrictions supplémentaires dont certaines règles applicables à la ZPR2 sont reprises pour accroître la visibilité des activités et la qualité des enseignes.

Le bâti de type industriel étant majoritaire sur ces zones, les enseignes toitures sont autorisées sans qu'elles ne puissent être supérieur à 8 m<sup>2</sup> dans la limite de 1 mètre de hauteur maximum afin d'éviter un effet « masse ».

Pour des raisons de perspectives et d'unité, les enseignes bandeaux doivent être positionnées en rez-de-chaussée commercial dont les dimensions ne doivent pas excéder 0,60 mètre de hauteur, 0,75 mètre de saillie maximum et 0,10 mètre d'épaisseur. Pour des raisons de sécurité, le bas de l'enseigne drapeaux doit être situé à plus de 2,20 mètre du sol.

Concernant les enseignes sur marquise ou auvent, sur balcon ou balconnet ou baie, la réglementation de la ZPR2 s'applique. Il en est de même pour les enseignes sur lambrequins et stores



## REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

### Enquête publique – Note de présentation

ainsi que pour les enseignes scellées au sol. L'objectif recherché est d'épurer les zones d'activités d'un surnombre d'enseignes.

Les enseignes numériques sont tolérées pour les mêmes raisons que la publicité lumineuse. Cependant, elles doivent ne pas dépasser 1 mètre de hauteur et 6 mètres de largeur.

Pour faciliter sa lecture, le règlement comprend en préambule les définitions générales qui permettent de comprendre le sujet et il est complété d'un lexique.