

DÉPARTEMENT DE SEINE-et-MARNE

TRIBUNAL ADMINISTRATIF DE MELUN

ENQUÊTE PUBLIQUE

COMMUNE DE MELUN

**Objet : Établissement du
Règlement Local de Publicité**

**Ordonnance N° E19000118/77
du 1^{er} août 2019**

Michel VAYSSIÈRE Commissaire-Enquêteur

VILLE DE MELUN

ENQUÊTE PUBLIQUE SUR LE PROJET DE RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE

1. Généralités sur la ville de Melun	4
1.1. Généralités administratives	4
1.2. Généralités géographiques et urbanistiques	4
1.3. Généralités sur le patrimoine	8
2. Généralités sur le propos de l'enquête	6
2.1. Généralités sur la publicité extérieure	6
2.2. Gén ^{tés} sur le mobilier urbain et le bâti supports de publicité	8
3. Cadre légal et réglementaire de l'enquête	8
4. Dispositions communales pour le RLP de Melun	9
5. Organisation et déroulement de l'enquête	10
5.1. Le commissaire- enquêteur	10
5.2. Modalités de l'enquête	11
6. Les documents du projet de RLP et leur analyse...	13
6.1. Pièces disponibles au public	13
6.1.1. Rapport de présentation	14
6.1.1.1. Préambule	14
6.1.1.2. Partie I : diagnostic territorial	15
6.1.1.3. Partie II : le RLP de 1993 (en annexe)	19
6.1.1.4. Partie IV : La sectorisation et les choix	19
6.1.1.5. Partie V : Justification des choix retenus	24

6.1.2. Partie règlementaire	24
6.1.2.1. Partie I : Dispositions générales	24
6.1.2.2. Partie II : Le règlement des zones pour la publicité	27
A) Chapitre 1 : Dispositions générales aux 3 zones pour la publicité.	27
B) Chapitre 2 : Dispositions particulières par zone pour la publicité..	31
6.1.2.3. Le règlement des différentes zones pour les enseignes	33
A) Chapitre 1 : Dispositions générales aux 3 zones pour les enseignes	33
B) Chapitre 2 : Dispositions particulières par zone pour les enseignes	35

DEUXIÈME PARTIE

OBSERVATIONS DIVERSES ET RÉPONSES de la MAIRIE et du C^e-Enq^r.

1. Observations des Personnes Publiques Associées	39
1.1. Préfecture de Seine-et-Marne	39
1.2. Direction Générale Adjointe de l'Environnement, des Déplacements et de l'Aménagement des Routes	41
2. Observations des Associations Environnementales	42
2.1. France Nature Environnement	42
2.2. Paysages de France et Sites & Monuments	45
3. Observations de l'union de la Publicité Extérieure	55
4. Observations du Public	73

TROISIÈME PARTIE

CONCLUSIONS ET AVIS DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR _____ 79

QUATRIÈME PARTIE

ANNEXES : **partie non paginée, à partir de** _____ 82

PREMIÈRE PARTIE

1. Généralités sur la ville de Melun

1.1. Généralités administratives

* **MELUN** est une ville d'Île-de-France, chef-lieu du département de SEINE-et-MARNE, cité dont l'existence est attestée depuis le 1^{er} siècle avant notre ère, troisième ville du département par sa population qui est de 40.228 habitants (2016) et dont l'aire urbaine possède 126.383 habitants (2014).

- la ville est également chef-lieu d'arrondissement et de canton ; [Le département de **Seine-et-Marne** (code postal et INSEE : 77) possède une population de 1,422 million d'habitants (2019) et présente une superficie de 5915 km²].

* Le Maire de Melun depuis 2016 est un universitaire et avocat, Monsieur **Louis Vogel**, qui est également président de la communauté d'agglomération (CAMVS) depuis 2014.

1.2. Généralités géographiques et urbanistiques.

* La superficie communale est de 8,04 km² (804 ha) et son altitude varie de 37 m à 102 m.

* **Melun** est irrigué par la **Seine** sur un cours dans la commune long de 1,57 km ainsi que par son petit affluent, l'**Almont**.

* La commune est presque totalement urbanisée et les limites de l'agglomération coïncident le plus souvent avec les limites

communales. (*Le texte de l'arrêté municipal N° 2017. 834 fixant ces limites figure en annexe.*)

* Elle se situe à proximité des forêts de Bréviande et de Fontainebleau.

* La grande **île Saint-Étienne** est au cœur de la ville, dans un méandre de la Seine. Les deux autres parties en sont :

* **La rive sud** de la Seine, composée du quartier **St Ambroise** où se trouvent la gare SNCF, la Cité Administrative et le tribunal de Grande Instance ainsi que de la plaine de **Varenne**.

* **La rive nord** du fleuve incluant :

- à l'ouest le quartier **St Aspais** (qui est le véritable centre-ville avec la mairie, le tribunal administratif et de nombreux commerces) ainsi que le quartier **St Barthélemy**.

- à l'est le quartier **St Liesne**.

- au nord-ouest le quartier **Schuman** comprenant la grande zone commerciale dite "**ZAC du Champ de Foire**", la caserne des pompiers et le nouvel hôpital.

- au nord de Melun se trouve les quartiers **Montaigu, Almont, Mézereau**, où se situent de grands ensembles.

* **Les accès**

- **Viaires** : ils sont nombreux et les principaux sont la A 5 et les RD 606 (Ex N 6) et RD 605 (ex N 5). La A 6 est aisément joignable.

■ **Transports en commun** :

● Nombreuses lignes de bus urbaines et interurbaines et futur bus à haut niveau de service (TZEN2) qui reliera, en 2024, Carré-Sénart à la gare de Melun.

● Chemin de fer : Gare SNCF du RER D (à 30 mn de Paris).

1.3. Généralités sur le patrimoine

La ville de Melun, outre son importance administrative est un centre touristique réputé et, au-delà de sa proximité avec le château de Vaux-le-Vicomte, possède en propre un riche patrimoine culturel et architectural et, pour se limiter aux principaux monuments :

- Dans l'île St Étienne, principalement la collégiale Notre-Dame, du XI^{ème} siècle, le musée municipal dans l'hôtel de la Vicomté, le prieuré St Sauveur, des vestiges d'anciennes fortifications.
- Dans le quartier St Aspais : l'église gothique St Aspais (XVI^{ème} siècle), la mairie, d'anciennes maisons.
- Dans le quartier St Liesne, riverain de l'Almont : l'ancien couvent des Récollets qui fut, un temps, transformé en hospice.
- Dans le quartier St Barthélemy : le clocher St Barthélemy, la préfecture et l'hôtel du département.
- Il existe également plusieurs jardins publics intéressants..

NOTE : *Les nombreux périmètres de protection des différents monuments classés ou inscrits auront une grande influence sur le sujet de cette enquête*

2. Généralités sur le propos de l'enquête

2.1. Généralités sur la publicité extérieure

2.1.1. Nature et supports

Elle fait intervenir un ensemble de techniques qui se pratiquent par l'intermédiaire :

* des **affiches** et **panneaux**, supports apposés sur une surface verticale : murs d'immeubles ou mobilier urbain.

* des **enseignes** : inscriptions, formes ou images apposées sur un immeuble et relatives à une activité qui s'y exerce.

Le nombre d'entreprises de toutes tailles et de toutes fonctions

serait d'environ 850 à Melun.

* des **pré-enseignes** : inscriptions, formes, logos ou images indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité commerciale ; elles peuvent être permanentes ou destinées à avoir une durée limitée (évènement). Elles peuvent être temporairement dérogatoires en des emplacements normalement interdits.

Affiches, panneaux, enseignes et pré-enseignes peuvent, en fonction des décisions du RLP, disposer (ou non) d'un éclairage et/ou être de nature numérique (*si cette éventualité est admise*).

2.1.2. Inconvénients de la publicité extérieure

Indépendamment des informations d'ordres institutionnel ou culturel, si elle est utile aux activités commerciales, elle peut avoir des inconvénients éthiques de divers types :

* **moral** chez les personnes :

- fortement influençables et ne disposant pas d'une capacité de discrimination développée, notamment les enfants et les adolescents, risquant de les conduire à la délinquance.
- ne possédant pas de moyens matériels suffisants pour acquérir les biens proposés, ce qui peut entraîner chez elles un sentiment de frustration.

[NOTE : ceci étant, il en va de même pour les autres supports publicitaires : presse écrite, cinéma, émissions audiovisuelles et Internet].

* **environnemental** :

- pollution visuelle des paysages urbains et péri-urbains notamment aux entrées de ville, (elle est théoriquement interdite hors des agglomérations), de jour comme de nuit.
- Gaspillage énergétique, pollution lumineuse et risques routiers surtout dus à l'éclairage nocturne.

[NOTE : Il a été montré que les trois-quarts de la population française ne considèrent **pas** la publicité (quelle qu'elle soit et quel que soit son support) comme une source d'information objective et estiment que sa pression est trop importante].

2.2. Généralités sur le mobilier urbain et le bâti supports de publicité.

* La publicité extérieure peut avoir divers supports :

■ Mobilier urbain :

- Les abris destinés au public (ex : abribus).
- Les kiosques. (ex : kiosques à journaux).
- Les colonnes porte-affiches (ex : colonnes Morris).
- Les mâts porte-affiches.
- Le mobilier scellé au sol.

Lorsqu'il est scellé au sol dans une agglomération de plus de 10 000 habitants, le mobilier urbain est interdit si la publicité est visible :

- de toute autoroute, route express et de leurs accès.
- depuis les Espaces Boisés Classés (EBC).
- dans les zones à protéger.

* La publicité extérieure peut être présente notamment :

- Sur la voie publique.
- Dans les gares et aéroports.
- Dans les zones commerciales.
- Dans des zones privées visibles ou non de l'espace public.

3. Cadre légal et réglementaire de l'enquête

■ Loi N°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement, dite Loi Grenelle 2, complétée par le décret N°2012-118 du 30 janvier 2012 établissant le **Règlement National de Publicité (RNP)** et définissant le **Règlement Local de Publicité**

(RLP) qui ne peut en aucun cas émettre des dispositions moins strictes que celles du RNP qui sont *a minima*.

- Articles L.123-1 et suivants, R.123-1 & ss, L.581-1 & ss, R.581-1 & ss du **Code de l'Environnement**.
- Art. L.153-11 & ss, R 153-8 à R.153-10 du **Code de l'Urbanisme**.
- Il est à noter que les procédures élaborées dans le cadre du **RLP** sont opposables et annexées au **Plan Local d'Urbanisme**.

4. Dispositions communales pour le RLP de Melun

- * La décision de la **révision du RLP** de 1993 a été prise pour :
 - sa mise en adéquation avec l'évolution de la ville et la réglementation nationale édictée par la loi portant engagement national pour l'environnement (Grenelle 2).
 - la réduction de l'impact publicitaire sur le paysage urbain.
 - Elle a fait l'objet, pour l'ouverture de l'enquête, de l'arrêté N° 2019-1198. (*texte en annexe*).

- * Le **zonage** : trois **Zones de Publicité Règlementée** ont été délimitées :
 - La **ZPR1** regroupant le centre ancien, les quartiers pavillonnaires et l'Île St Étienne, intégrant ainsi la totalité du **Site Patrimonial Remarquable (SPR : nouvelle appellation de l'AVAP)**.
 - La **ZPR2** : ce sont les secteurs résidentiels d'habitat collectif et des grands axes de la ville.
 - La **ZPR3** : secteur d'activités de la commune, essentiellement le "**Champ de Foire**".

(La carte du zonage publicitaire de la ville figure en annexe).

5. Organisation et déroulement de l'enquête

5.1. Décisions Municipales

Le Conseil Municipal a effectué 3 réunions principales concernant les modalités du nouveau Règlement Local de Publicité :

1°) Le jeudi 12 avril 2018

2°) Le jeudi 11 avril 2019

3°) Le jeudi 27 juin 2019

(Les procès verbaux de ces réunions figurent en annexe)

5.2. Le Commissaire-Enquêteur

5.2.1. Nomination

À la demande de **M. VOGEL**, Maire de **MELUN**, sollicitant la nomination d'un Commissaire-Enquêteur en vue de procéder à l'enquête publique ayant pour objet l'établissement du Règlement Local de Publicité, Madame la Présidente du Tribunal Administratif de Melun a délégué **Mme MULLIÉ**, Vice-Présidente, qui a émis en date du 1^{er} août 2019 la décision N° **E19000118/77** nommant en cette qualité **M. Michel VAYSSIÈRE**, Maître de Conférences des Universités (retraité), afin de procéder à l'enquête publique citée. *(Voir texte de la décision en annexe)*.

5.1.2. Entrevue préalable à la procédure d'enquête

M. Michel VAYSSIÈRE, commissaire-enquêteur a été reçu le 27 septembre 2019 à 14 h00 par **M. Tony LE DÉVORÉ**, responsable du service Commerce et Urbanisme Commercial et **M. Kévin MOREAU**, responsable de l'Urbanisme Commercial, pour une entrevue préalable qui s'est déroulée dans une ambiance très cordiale. Ces deux responsables ont clairement exposé à M. Vayssière les enjeux de cette enquête et ses antécédents. Le contact a été très informatif pour le commissaire-enquêteur à qui il a été fait parvenir le dossier public et d'importants

documents complémentaires ainsi que de nombreuses informations verbales sur la commune.

5.2. Déroulement de l'enquête

5.2.1. Publication de l'arrêté municipal de l'enquête

L'arrêté municipal N° **2019.1198** a été promulgué le 08/10/2019 par le Maire (*texte de l'arrêté en annexe*).

5.2.2. Permanences du Commissaire-Enquêteur

Les permanences de celui-ci ont été effectuées à la mairie de Melun dans une salle alors spécialement dédiée, aux dates et horaires suivants :

1°) **Lundi 4 novembre 2019 de 9 h 00 à 12 h 00 (ouverture).**

2°) **Mercredi 13 novembre 2019 de 14 h 00 à 17 h 00.**

3°) **Samedi 16 novembre 2019 de 9 h 00 à 12 h 00.**

4°) **Mardi 19 novembre 2019 de 9 h 00 à 12 h 00.**

5°) **Vendredi 29 novembre 2019 de 14 h 00 à 17 h 00.**

6°) **Jeudi 5 décembre 2019 de 14 h 00 à 17 h 00.**

Clôture de l'enquête le vendredi 6 décembre à 17 h 30.

5.2.3. Disponibilité du registre d'enquête publique

Ce registre coté et paraphé par le commissaire-enquêteur a été mis à la disposition du public à la mairie de Melun aux jours et heures ouvrables de cette administration, du 4 novembre 2019 au 6 décembre 2019. Les courriers postaux et courriels numériques y ont été intégrés.

Horaires d'ouverture de la mairie de Melun :

- *Du lundi au vendredi : de 8 h 30 à 17 h 30.*

- *Le samedi : de 8 h 30 à 12 h 00.*

De plus, il était possible à toute heure de déposer des observations sur le site informatique mis à la disposition du public par la commune ou par courriel (mail).

5.2.4. Information du public et des professionnels

Elle a été effectuée :

1°) Par des réunions :

- a) **Concertation** publique réglementaire qui s'est déroulée le 25 avril 2019 et dont le bilan figure en annexe.
- b) avec les **Personnes Publiques Associées** le 19 février 2019,
- c) avec des associations pour l'environnement.
- d) avec des associations de commerçants le 15 mai 2019.
- e) avec l'Architecte des Monuments de France le 15 janvier 2019.
- f) avec des professionnels de la publicité le 14 mai 2019

2°) Par affichage sur tous les panneaux officiels de la ville.

(le fac simile en réduction de l'affiche réglementaire jaune figure en annexe).

3°) Par publication

- a) sur le site internet de la commune. *(V. texte en annexe).*
- b) Dans le bulletin municipal.
- c) dans des journaux à diffusion régionale (un quotidien et un hebdomadaire), deux semaines avant le début de l'enquête et dans la semaine suivant son début.

* 1^{ères} parutions :

- *Le Parisien édition de Seine-et-Marne du 14 octobre 2019*
- *La République de Seine-et-Marne du 14 octobre 2019*

* 2^{ndes} parutions :

- *Le Parisien édition de Seine-et-Marne du 4 novembre 2019*
- *La République de Seine-et-Marne du 4 novembre 2019*

(Les fac simile de ces parutions figurent en annexe).

5.2.5. Réunion post-clôture

Cette réunion règlementaire s'est tenue le 18 décembre 2019 de 14 h 00 à 16 h 00. Les participants en étaient MM. Le Dévoré, Moreau et Vayssière. Il y a été examiné les observations des Personnes Publiques Associées, celles des Associations pour l'écologie et la protection de l'environnement, celles d'une union professionnelle publicitaire ainsi que celles du public.

5.2.6. Les observations recueillies

Elles émanent essentiellement de services de la Préfecture, d'Associations environnementales, d'une union de professionnels de la publicité et d'administrés.

Le résumé de ces observations, leur analyse et les réponses qui y ont été apportées constituent la **deuxième partie** de ce rapport.

6. Les documents et leur analyse

6.1. Pièces disponibles au public : composant le (projet de) Règlement Local de Publicité de Melun

NOTE du C-E. :

Il s'agit de documents formant un dossier d'un total de 92 pages (complété par des annexes), essentiellement établi par la ville de Melun et partiellement par un cabinet spécialisé dans la publicité extérieure, le Cabinet Melacca-Nguyen et comportant principalement un Rapport de Présentation et une Partie Règlementaire. Il n'est pas question dans un rapport d'enquête publique de reproduire l'intégralité de la grande quantité de données, qu'elles soient légales, règlementaires, chiffrées, cartographiées, photographiées ou schématisées figurant dans un tel dossier, lequel reste consultable par le public ou tout organisme à la mairie de Melun ; le commissaire-enquêteur a dû faire les choix et effectuer les résumés qu'il a estimés judicieux pour une bonne compréhension du sujet. Par ailleurs, certaines dispositions de ce projet (*rapportées sans commentaire dans ces résumés*), critiquées par les associations environnementales et le public, ont de fait été abandonnées par la mairie (*Comparer avec la 2^{ème} partie de ce rapport*). ***De toute manière, seul le texte définitif du RLP publié par le Conseil Municipal est valide.***

Après une **Note d'information** qui annonce les items du dossier, on trouvera :

6.1.1. Rapport de présentation (*Document de 53 pages de format paysage*)

6.1.1.1. Préambule

1°) Le RLP

Exposé de ce que représente un RLP, de sa législation de cadrage, de sa soumission *a minima* au RNP (*décret 2012-118*), de son intégration au PLU et de sa nature de document opposable, notions déjà évoquées plus haut. Chaque commune pourra édicter des règles beaucoup plus restrictives que celles du RNP. Le dossier insiste de plus sur les différentes réunions d'information et de débat instaurées par la mairie auprès du public, des commerçants et des publicitaires.

2°) Les principales étapes de la procédure :

a) Préalables à l'adoption du règlement par le Conseil Municipal : elles ont déjà été examinées plus haut.

b) Postérieures à l'adoption par le C-M du RLP :

le dossier du cabinet précise qu'il est immédiatement applicable pour toutes les installations postérieures à son entrée en vigueur et tous les dispositifs déjà non conformes aux RNP et RLP actuels. Il ne sera exécutoire pour les publicités et préenseignes non conformes au nouveau RLP que 2 ans plus tard (*Art. R.581-88 du Code de l'Environnement*) et 6 ans plus tard pour les enseignes devenues non conformes (*Art L-581-43 Code Envirt*).

3°) Les autres parties de ce préambule (§ 3,4,5,6)

Elles rappellent les éléments constitutifs du RLP, la définition des limites d'agglomération, la démarche communale visant à faire coïncider les exigences des enjeux patrimoniaux avec celles du développement économique.

6.1.1.2. Partie I : Diagnostic territorial

1°) Le contexte territorial

Précisions (déjà vues) sont données sur la situation géographique et le nombre d'habitants de Melun, de plus :

a) Les principales voies d'accès :

A5, RD 605, RD 606, RD 346, RD 471 et RD 636.

b) Les zones principales d'intérêt :

Ce sont les zones d'équipement, d'activités, de commerce et de nouvelles résidences :

Champ de Foire, Butte Beauregard, Parc d'activités Vaux-le Pénil/Melun Val de Seine, Eco quartier "WOODI", quartier des Mezereaux, quartier de la Gare.

c) Le grand paysage et le patrimoine historique et naturel

Le dossier relate l'empilement des strates d'urbanisation, de l'époque gallo-romaine à nos jours et sa préservation par le SPR. Il énumère les 9 Sites Classés et Sites Inscrits ainsi que leurs périmètres de protection.

2°) L'activité économique

a) La population : (données 2015)

- D'environ 40.000 habitants :
- Relativement jeune (15 - 44 ans : > 45%) .
- Dans les 15 - 64 ans, on trouve :
- Actifs ayant un emploi : 62,4%
- Chômeurs : 12,4 %
- Retraités : 3,6 %
- Etudiants : 9,6 %
- Autres inactifs 12,0 %
- Revenu disponible médian par unité de consommation : 17.775 € .

b) Le tissu économique :

Dans le bassin d'attractivité commerciale de la Communauté d'Agglomération Melun-Val de Seine (CAMVS), outre le **centre-ville melunais**, identifié par sa densité et sa diversité commerciales ainsi que le **Champ-de-Foire**, partie intégrante de la ville (ZPR 3), il existe les centres commerciaux de **Villiers-en-Bière** et **Chamlys**. Le dossier dresse ici une liste de tous les centres commerciaux du sud de l'Île-de-France ; nous nous limiterons à en citer les plus proches de la CAMVS :

Le Carré Sénart et Boissenart.

Le propos du RLP vise à préserver le cœur de ville d'une importante pollution visuelle, à maintenir la qualité du cadre de vie et à fidéliser la clientèle urbaine.

Les circulations douces et la faible vitesse des véhicules en agglomération devraient permettre de s'affranchir de supports disproportionnés et trop nombreux.

3°) Etat des lieux

a) Généralités

- Le dossier donne les définitions de la publicité, des enseignes et des préenseignes (*définitions déjà vues en début de ce rapport en § 2.1.1.*).
- Les dispositifs concernés par le RNP, donc par les RLP, sont ceux qui sont visibles des voies ouvertes à la circulation publique (voies publiques ou privées, gratuites ou payantes y compris les chemins ruraux, les voies ferrées extérieures, les voies des parkings extérieurs et les chemins de G.R. : *Art. L-581-2 Code Environ^t*).
- Les dispositifs ne relevant pas du RNP, donc des RLP, sont ceux qui figurent sur les véhicules de transport en commun, dans les taxis, à l'intérieur des galeries marchandes et à l'intérieur des locaux privés.

b) Réalité de l'occupation des dispositifs publicitaires :

Il y a (recensement 08/2018 correspondant au RLP de 1993) dans les limites urbaines de Melun :

■ Les panneaux :

- 74 dispositifs publicitaires de plus de 8 m².
- 62 dispositifs (83%) sont scellés au sol.
- 54 dispositifs (72 %) sont de 12 m².
- 4 dispositifs au-delà des limites de l'éégout du toit ou à < de 50 cm du sol.
- 4 dispositifs illégaux en SPR.
- Cas de multi-affichage (type "en V").
- Nombreuses voies surexploitées.

■ Le Mobilier Urbain ; il est de nature variée :

- 56 abris-bus.
- 47 mobiliers de 2 m².
- 18 mobiliers de 8 m².
- 4 mobiliers de 12 m².
- 1 colonne (type Morris) porte-affiches.
- Quelques mâts porte-affiches (dimensions non précisées).

Toutes les données concernant les dispositifs publicitaires de grande taille (8 et 12 m²), surtout leur abondance, leurs emplacements et leur concentration sur certaines voies, sont peu favorables à leur intégration dans le paysage communal.

Aussi les **objectifs municipaux** sont essentiellement axés sur :

- La mise en valeur du patrimoine
- La protection des habitations
- La préservation des axes arborés et les paysages d'intérêt
- La protection des entrées de ville
- Une meilleure exploitation du mobilier urbain
- Une implantation de chevalets adaptés à la commune
- L'anticipation du développement du format numérique
- L'extension de la plage des horaires d'extinction des dispositifs
- La réglementation et la limitation des dispositifs temporaires.

c) Les enseignes

(NOTE du C-E : Le dossier RLP relève **800 activités commerciales** à Melun alors qu'Internet donne **221 magasins**; il y a donc une importante différence entre les réalités que recouvrent ces termes mais le chiffre le plus important qui est le nombre **total** d'enseignes de tous ordres n'est pas précisé ; on peut supposer qu'il est d'au moins 800 exemplaires).

La situation des enseignes est disparate et variable en fonction des quartiers. On observe le plus souvent une enseigne parallèle à la façade au niveau du rez-de-chaussée commercial ; on trouve également des enseignes perpendiculaires aux façades au dessus de ce niveau, qui sont interdites en SPR ; on voit également des enseignes variées pour un même établissement ce qui est nuisible à différents titres. Heureusement, beaucoup d'enseignes, surtout en centre-ville, ont des coloris en harmonie avec la façade ou se présentent sous forme de lettres découpées laissant apparaître la matière de la façade ou encore sur les glaces de la vitrine ou des miroirs la surplombant. Une majorité d'enseignes sont non-lumineuses ; pour les autres il y a des règlements sur les horaires d'extinction (*qui ont été modifiés : voir 2^{ème} partie*).

Le tissu urbain, quel qu'il soit, doit recevoir un même traitement pour une meilleure qualification des commerces de proximité.

Les préconisations sont :

* Communes à toutes les zones :

- Harmonisation des enseignes
- Instauration de règles esthétiques
- Extension des plages d'extinction
- Interdiction de certains dispositifs
- Règlementation des dispositifs temporaires.

* Centre-ville, quartiers résidentiels et "Woodi" :

- Interdiction des enseignes :
 - Scellées au sol
 - En toiture

- Numériques
- * Zones d'activité économique :
 - Application du RNP pour les formes urbaines spécifiques
 - Autorisation des enseignes numériques
- * Entrées de ville :
 - Autorisation des enseignes scellées au sol si l'établissement est en retrait de la voie publique.

6.1.1.3. Partie II : Dispositions du RLP de 1993

NOTE du C-E : Cette très courte partie (1 page), si elle peut être intéressante pour les éléments de comparaison avec le projet du nouveau RLP, ne semble pas devoir figurer dans ce rapport. Elle figure en annexe.

6.1.1.4. Partie III : La sectorisation et la justification des choix

1°) Nature des secteurs et enjeux

a) Centre historique, extensions urbaines, nouveaux quartiers :

- * Enjeux généraux :
 - Mettre en valeur le patrimoine bâti et paysager
 - Servir l'attractivité économique
- * Centre-Ville :
 - Publicité possible mais discrète
 - Enseignes devant mettre en valeur l'architecture et le paysage
- * Nouveaux quartiers en construction :
(Ecoquartier Woodi, sites d'anciens hôpitaux) :
 - Maintien de la cohérence avec l'urbanisme existant
 - Préservation contre l'excès de publicité
 - Contribution par l'esthétique des enseignes à la mise en valeur de l'architecture contemporaine dans une recherche d'unité.
- * Secteurs à dominante d'habitat mixte (pavillons, immeubles) et grands axes (les entrées routières, le secteur de la gare) :

- Maîtrise de la publicité pour une bonne première image de la ville.

- * Zones d'activité économique (Champ de Foire, Melun/Val-de-Seine) :

- Larges voies bordées de bâtiments industriels pouvant accueillir des dispositifs publicitaires sous réserve de leur espacement.

- * Hors agglomération :

- Pas de publicité : le RLP ne s'applique pas.

- Les enseignes sont soumises au RNP.

2°) Justification des choix retenus :

a) Établissement de 3 Zones de Publicité Règlementée: ZPR1, ZPR2 et ZPR3 (Sujet déjà évoqué dans les généralités en § 2. de ce rapport).

- * **ZPR 1:** Centre-ville et SPR :

- Les publicités :

- Protection du cadre de vie.

- Publicité, informations civiques et culturelles visibles par tous sur mobilier urbain (MU) à formats réglementés.

- Réglementation des horaires d'extinction plus stricte que le RNU.

- Réglementation des intensités lumineuses et des températures de couleur.

- Le MU des transports publics pourra être éteint à la fin du service.

- Chevalets de promotion admis sous réserve d'autorisation et ne devront pas gêner les personnes à mobilité réduite (PMR).

- Bâches de chantier admises dans la limite de 8 m² et d'une occupation n'excédant pas 50% de la surface de la bâche.

- Les enseignes :

Elles sont indispensables mais doivent être maîtrisées

équitablement pour une bonne protection esthétique du secteur sur la base des prescriptions de l'Architecte des Bâtiments de France.

- Magasins :

Implantation sur les façades des immeubles [a déjà été vue au § 6.1.1.2. 3°) c)]. Possibilité sur les lambrequins de stores.

- Activités en étage :

Les enseignes devront être implantées au rez-de-chaussée des immeubles (plaques de plexiglas de 20 cm x 30 cm) ou en étage sur les lambrequins de stores.

- Limitation du nombre, de la taille et des coloris des enseignes parallèles et perpendiculaires :

- Les perpendiculaires devront être en continuité avec celles de la façade et ne pas dépasser 75 cm x 60 cm x 10 cm.

- L'enseigne parallèle ne devra pas dépasser 20 % d'une façade inférieure à 50 m² et 10 % d'une façade supérieure à 50 m².

- L'usage de coloris trop vifs est limité ou proscrit selon leur nature.

- Les autocollants sur vitrine sont limités à 1 m² sauf pour les professions nécessitant la confidentialité.

- Les enseignes en toiture sont interdites.

- Les enseignes numériques (sauf cinémas), laser, défilantes, rotatives, sur ressort, sur oriflammes, sont interdites.

- Les dispositifs aériens, gonflables, rotatifs, sur ressorts etc. sont interdits.

- Les enseignes scellées au sol sont interdites dans certains secteurs.

- Les enseignes temporaires : elles sont réservées à des opérations de moins de 3 mois, culturelles, touristiques, aux soldes, brocantes, foires, opérations immobilières professionnelles.

- La durée d'extinction des enseignes excède celle du RNP.

* **ZPR 2** : Secteur à dominante d'habitat et grands axes :

Axes routiers structurants pour l'accès en centre-ville pouvant admettre des supports ne nuisant pas au patrimoine bâti ou végétal, de formats adaptés aux vitesses autorisées.

■ La publicité :

Le RLP de 1993 n'a pas pu empêcher le surinvestissement publicitaire des entrées de ville par de grands et nombreux panneaux non qualitatifs masquant les maisons et les paysages. En ZPR 2 comme en ZPR 1, pour la qualité du paysage urbain, la publicité ne sera autorisée que sur le mobilier urbain :

- Le long des alignements d'arbres, des EBC
- Sur les quais
- Sur tous les murs anciens, anciennes grilles, clôtures végétales ou au dessus d'eux.
- Sur les talus SNCF
- Sur tous dispositifs aériens et mobiles.
- Sur les toitures et les auvents
- Sur les parcelles de configuration inadaptée (angle < 45°).
- Sur des dispositifs en " V ", superposés, côte à côte.
- Sur des bâches publicitaires
- Sur les emprises privées ou publiques bordant les RD 605 et RD 606.
- Dans le reste de la zone :
 - Surface d'affichage sur panneau mural ou scellée au sol maximale de 8 m², encadrement maximum de 11 cm de large.
 - Sur panneau mural : la surface d'occultation ne doit pas dépasser 20% de la façade et doit être implantée au maximum à 7,5 m du sol. Plusieurs règles esthétiques complètent ces prescriptions.
 - Pour les publicités scellées au sol : 6 m au minimum devront séparer les panneaux des baies de l'immeuble.

- La densité :

. Aucun panneau ne peut être implanté dans les unités foncières de linéaire de façade inférieur à 60 m. Au-delà, une seule publicité est admise par unité foncière.

. Sur les quais SNCF, 5 dispositifs sont admis.

- La luminosité :

. Interdiction des publicités numériques et lumineuses.

. Masquage maximum des dispositifs d'éclairage des publicités non-lumineuses. Des horaires d'extinction sont à respecter.

- Les bâches publicitaires : règles identiques à celles de ZPR 1.

- Les publicités temporaires : règles identiques à celles de ZPR 1.

■ Les enseignes :

• Les mêmes principes qu'en ZPR 1 sont adoptés, de plus :

• Les enseignes de type "Totem" sont autorisées pour les établissements situés en retrait de la voie publique ; leurs dimensions doivent être : hauteur maximale 3 m et largeur maximale 1 m.

*** ZPR 3 :**

■ La Publicité :

• Les règles d'implantation sont les mêmes qu'en ZPR 2, (*notamment les restrictions d'horaires d'éclairage*) avec des autorisations supplémentaires :

• La publicité lumineuse de 8 m² (encadrement inclus) est tolérée jusqu'à une hauteur maximale de 6 m, à plus de 6 m d'un bâtiment et à plus de 60 m de distance d'une baie d'habitation.

■ Les Enseignes (parallèles ou perpendiculaires)

• Mêmes règles qu'en ZPR 2 avec autorisations supplémentaires :

• Autorisées sur toitures : dimensions maximales : 8 m x 1 m.

• Enseignes numériques autorisées : maximum H : 1m x L : 6 m.

6.1.1.5. Partie IV : Justification des choix retenus.

- * Préoccupations légales avant tout.
- * Préservation du cadre de vie et limitation des ruptures d'échelle.
- * Adaptation du RNP en fonction de la nature de la commune, de sa taille, de son patrimoine et de ses projets.
- * Utilisation raisonnée des nouveaux supports et du mobilier urbain.

6.1.2. Partie règlementaire (*document format portrait de 39 pages*).

6.1.2.1. PARTIE I : Dispositions générales

1°) Rappel de la législation

- * Articles du code de l'environnement définissant le RLP :
L. 581-7, L.581-8, L.581-14, L.581-14-1, L.581-14-2 et L.581-14-3.
- * Textes régissant la publicité, les enseignes et préenseignes :
 - Lois N^{os} : 2012-387, 2011-525, 2010-788, 2006-436.
 - Cde Environ^t : « Livre V – Titre VIII – Chapitre 1^{er} ».
 - Décret N° 2012-118.
- * Textes pouvant servir à la restriction de l'installation de certains dispositifs :
 - Code de la Route : Art. R-418-2 à R-418-7.
 - Code de la Voirie Routière : Art. L-113-2.
 - Cde G^{al} de la Propriété des Personnes Publiques: Art. L-2122-1 à L-2122-3.
- * Définition de l'agglomération :
 - Code de la Route Art. R.110-2.

2°) Les Articles du Règlement :

NOTE du C-E : Beaucoup des notions précisées dans ces articles ont déjà été évoquées dans des paragraphes précédents ; dans un souci d'allègement, nous nous bornerons à y faire renvoi.

a) ARTICLE 1 : Champ d'application.

Cet article précise les installations soumises au RLP et celles qui ne le sont pas (notions déjà vues).

b) ARTICLE 2 : Définitions légales des dispositifs

Voir le § 2.1.1.

c) ARTICLE 3 : Aspect extérieur général – Éclairage- Entretien

L'article précise :

- les cas de refus d'autorisation de dispositifs en cas de nuisances à l'environnement pour des raisons esthétiques ou sécuritaires.
- L'obligation de choix de matériaux inaltérables et l'interdiction de plastique souple.
- les règles de bonne intégration paysagère et immobilière des dispositifs par le choix des formes, des tailles et des coloris.
- La discrétion des éclairages, le choix de systèmes de faible consommation et le respect des horaires d'extinction de tous les types de dispositifs.
- Le maintien en état de propreté, d'entretien et de fonctionnement des dispositifs dont l'enlèvement ne doit laisser aucune trace de l'ancien montage.

d) ARTICLE 4: Opposabilité du RLP (Art. L.581-43 & L.581-88-1 C.Env^t)

Notions déjà vues concernant la mise en conformité des dispositifs après l'adoption du RLP.

e) ARTICLE 5 : Régime des autorisations et déclarations préalables

La loi portant Engagement National pour l'Environnement (Loi N° 2010-788 du 12/07/2010 = loi **ENE** ou Grenelle II) soumet les différents dispositifs visés par le RLP à un régime d'autorisation préalable de la part de l'autorité compétente que ce soit pour leur installation ou toute modification; sont concernées :

* Les publicités :

- Sur bâches.
- Lumineuses autres que par projection ou transparence apposées ou non sur du M.U.
- De dimensions exceptionnelles pour des évènements temporaires.

* Les enseignes :

- Permanentes :

Ce sont celles précisées dans les Art. L-581-18 et R. 581-17 du Code de l'Environnement ; elles sont installées :

- Sur un immeuble.
- Dans des lieux visés aux Art. L.581-4 & L.581-8 du Code Envirt.
- Sur les territoires couverts par un RLP.
- Temporaires :
 - Mêmes références légales et réglementaires et :
 - Scellées ou implantées au sol.
- À rayonnement laser : quel que soit leur lieu d'implantation.

* Les préenseignes : Elles sont également soumises à autorisation préalable.

f) ARTICLE 6 : les sanctions pénales: amendes de 7500 € pour avoir :

* Outrepassé l'autorisation préalable et /ou le RLP.

* Laisse subsister un dispositif interdit ou empêché ses contrôles et travaux d'office : Art L.581-43 et L. 581-31 **Cde Env^t**.

6.1.2.2. PARTIE II : Le règlement des différentes zones

Instauration de 3 zones ZPR 1, ZPR 2, ZPR3 (Cf. § 4.).

En dehors de ces 3 zones, le territoire est considéré comme hors agglomération (zones agricoles, boisées, EBC, et zones à protéger définies dans le PLU). La publicité y est interdite et le RNP s'y applique concernant enseignes et préenseignes.

A) CHAPITRE 1 : Dispositions générales en matière de publicité applicable aux 3 zones.

NOTE du C.E. : Seules les principales règles seront ici énumérées ; les détails précis devront être consultés sur le document émis par la Mairie, seul document opposable.

1°) Article 1: Interdictions générales aux dispositifs non lumineux et lumineux

La publicité est interdite sur :

- * Les monuments naturels
- * Les poteaux de distribution électrique, d'éclairage public et de télécommunication
- * Les espaces végétalisés : EBC, ENS, alignements d'arbres, espaces verts protégés, espaces paysagers qualifiés définis au PLU en dehors du M.U. et des chevalets.
- * Les emprises publiques ou privées bordant les quais de la Seine et de l'Almont en dehors du M.U. et des chevalets.
- * Tous équipements ayant rapport avec tous types et toutes voies de transport.
- * Les véhicules dédiés.
- * Sur et au dessus des murs de clôture :
 - Aveugles et non-aveugles.
 - Des cimetières et jardins publics.
- * Les murs des bâtiments, sauf s'ils sont aveugles ou qu'il ne comprennent que des ouvertures de surface $< 1 \text{ m}^2$.
- * Les toitures et auvents ou à partir d'un premier support de rehaussement.

- * Les parcelles mal adaptées (ex : formant un angle aigu $< 45^\circ$).
- * Des oriflammes scellées au sol et tous dispositifs gonflables, aériens, rotatifs ou sur ressorts.
- * Des dispositifs solidaires de multi-affichage (ex : affichages en "V", superposés, côte-à-côte).
- * Des bâches publicitaires.
- * Les emprises publiques ou privées bordant les RD 605 et 606.

2°) Article 2 : Dispositions générales aux dispositifs de mobilier urbain

Sont interdits les M.U. :

- * De 400 cm x 300 cm
- * Comportant un message clignotant qui présente un caractère dangereux pour la sécurité routière.

Sont autorisés les M.U. des types suivants :

- * Abris et abribus avec surface d'affichage maximale de 2 m² par face.
- * Tous kiosques commerciaux avec surface maximale d'affichage de 6 m².
- * Colonnes porte-affiches (colonne "Morris").
- * Mâts porte-affiches avec surface d'affichage maximale de 2 m² par face.
- * **Mobilier Urbain Pour l'Information** (= MUPI ou "sucette") de surfaces 2 m² et 8 m² par face.
- * Possédant un procédé introduisant la luminosité sur le M.U., aux conditions suivantes :
 - Adaptation de la luminosité du dispositif à la luminosité ambiante.
 - Luminescence maximale de 30 lumens/ m².
 - Température de couleur maximale de 3000 Kelvin.(Note du C-E = température absolue correspondant au "blanc chaud", c.à.d. jaune du type ampoules à incandescence).

- Respect des horaires d'extinction (*modifications précises du dossier originel : voir 2^{ème} partie*) et, pour les abribus, jusqu'à la fin du service.

3°) Article 3 : Dispositions générales pour les enseignes temporaires
(*Voir modifications précises du dossier originel en 2^{ème} partie*).

Leur pose ne pourra intervenir que dans les cas suivants :

* Manifestations exceptionnelles de durée limitée :

- culturelles
- touristiques
- fêtes locales
- salons, brocantes, foires
- travaux publics et toutes opérations foncières.
- locations et ventes immobilières professionnelles.

* Ces dispositifs devront être autoportants et ne **devront pas** :

- être lumineux ou numériques.
- être scellés au sol.
- se trouver sur tous types de murs de clôture ou clôtures.
- dépasser le mur qui les supporte.
- être implantés à plus de 6 m du sol.
- excéder 0,30 m de hauteur et 0,60 m de largeur.
- dépasser le nombre de 4 par manifestation.
- être montés sur :
 - toiture
 - terrasse
 - balcon ou analogue
 - marquise ou auvent

Pour leur durée d'affichage et leur nombre annuel il y a modification : voir 2^{ème} partie.

4°) Article 4 : Dispositions générales pour les chevalets

Ces dispositifs sont tolérés selon les dispositions suivantes :

- un seul par établissement.
- de dimensions maximales : 1,20 m de hauteur et 0,70m de largeur.
- distant d'au moins 1 m par rapport à la façade de l'établissement
- respectant la législation concernant les personnes à mobilité réduite.
- s'accordant avec l'esthétique (couleurs, matériaux) de l'établissement le concernant.
- devant être retiré à la fermeture de l'établissement.

5°) Article 5 : Dispositions générales pour les bâches de chantier :

Ces dispositifs sont tolérés aux conditions de:

- ne pas dépasser 8 m²
- ne pas dépasser 50 % de la surface totale de la bâche.

6°) Article 6 : Dispositions générales des cas particuliers :

* Emprises foncières SNCF (en ZPR2) :

- Implantations interdites sur les talus.
- Nombre des dispositifs limité à 5 sur les quais.

* Equipements culturels et sportifs :

- Implantation tolérée dans leur enceinte et par autorisation administrative particulière.

B) CHAPITRE 2 : Dispositions particulières par zone en matière de publicité.

Certaines des dispositions figurant dans le rapport originel ici traité ont été modifiées (voir 2^{ème} partie ; une certaine imprécision est donc ici volontaire).

1°) Article 1 et subdivisions : Dispositions pour la zone ZPR1 :

- * Publicité non lumineuse interdite (sauf sur M.U., chevalets bâches et temporaires selon règlement de la zone).
- * Publicité lumineuse interdite (sauf sur M.U).
- * Publicité sur dispositifs particuliers : limitée au micro-affichage.

2°) Article 2 et subdivisions : Dispositions pour la zone ZPR2 :

- * Publicité non-lumineuse (sauf M.U., chevalets, bâches et temporaires) : Autorisée dans les limites suivantes :
 - ne pas être installée sur supports permanents (ex : passerelles, échelles) et rester accessible.
 - traitement qualitatif des surfaces non exploitées.
 - utilisation de teintes de gris.
- * Pour les dispositifs scellés ou installés directement au sol :
 - surface utile maximale de 8 m² (et encadrement à part).
 - respect d'une distance de 6 m par rapport à une baie.
 - implantation sur un linéaire de voirie de 60 m minimum.
 - un seul dispositif par tout type d'unité foncière.
 - dispositif culminant à une hauteur maximale de 6 m par rapport au niveau naturel du terrain.
- * Dispositifs muraux : ils sont autorisés aux conditions suivantes :
 - limite d'affichage 8 m² , encadrement à part.
 - occupant un maximum de 25 % du support mural.
 - hauteur maximale de 7,5 m par rapport au sol.
 - implantation sur un linéaire de voirie de 60 m minimum.
 - un seul dispositif par unité foncière.
- * Publicité lumineuse interdite hors M.U.
- * micro-affichage autorisé dans la limite d'un par établissement et de surface de 0,25 m².

3°) Article 3 et subdivisions : Dispositions pour la zone ZPR 3.

* Dispositions applicables à la publicité non lumineuse (hors M.U, chevalets, bâches et temporaires) : ***Cf Article 2.***

* Dispositions applicables aux dispositifs scellés ou installés directement au sol : ***Cf Article 2.***

* Dispositions applicables aux dispositifs muraux : ***Cf Article 2.***

* Dispositions applicables à la publicité lumineuse :

● La publicité lumineuse et/ou numérique est tolérée sous réserve d'acceptation du Maire :

- dans la limite d'une surface d'au maximum 8 m², encadrement compris.

- devant respecter une distance minimale de 6 m par rapport à un bâtiment .

- s'implanter sur un linéaire de voirie au minimum de 60 m.

- au nombre d' un seul dispositif par unité foncière.

- se situer à une distance minimale de 60 m par rapport à une baie d'habitation.

● La publicité lumineuse ne devra pas :

- recouvrir tout ou partie d'une baie.

- dépasser les limites du mur qui la supporte.

- être apposée sur balcon ou garde-corps ou assimilés ou marquise et auvent.

- avoir une hauteur supérieure à 4 m au dessus du sol.

* Dispositifs particuliers : micro-affichage : ***Cf Article 2.***

6.1.2.3. Le Règlement des différentes zones. Enseignes.

A) CHAPITRE 1. Dispositions générales pour les enseignes en toutes zones.

1°) Article 1 : Généralités

Rappel des conditions d'esthétique : respect des façades concernées, quant aux dimensions et couleurs, de la consommation d'énergie, des nuisances lumineuses.

2°) Article 2 : Interdiction générales aux dispositifs d'enseignes

* Dispositifs d'enseignes interdits en toutes zones :

- A faisceau laser
- Enseignes lumineuses scellées au sol (sauf celles affichant des prix : ex : stations service)
- A messages défilants
- Gonflables et aériens
- Rotatifs et sur ressorts
- Permanents sur banderole
- Oriflammes permanentes non scellées au sol .

* Supports d'enseignes interdits en toutes zones :

- Appuis de fenêtre et garde-corps
- Auvents et marquises
- Tous murs de clôture
- Tous types de clôtures
- Balcons et balconnets
- Volets et Fenêtres.

3°) Article 3 et subdivisions: Dispositions Générales aux cas particuliers

* Activités en étages :

Elles seront signalées au moyen de plaques de plexiglas transparentes en rez-de-chaussée, de dimensions maximales : Hauteur 0,20 m x largeur 0,30 m.

* Cas des établissements cinématographiques : Les dispositifs :
- Pourront être en nombre égal à celui des films proposés.
- Devront être conformes aux règles de sécurité et aux dispositions du Code de la Route, notamment concernant leur capacité à attirer l'attention et leur luminosité.

4°) Article 4 et subdivisions : Dispositions générales pour les enseignes temporaires.

* Leur pose sera limitée aux cas suivants (**Code de l'Environnement**) :

- Manifestations exceptionnelles à caractère culturel, touristique, opérations de moins de 3 mois (fêtes locales, foires, salons, brocantes) limitées à 3 par an pour chaque raison sociale.
- Travaux publics ou immobiliers.
- Location et vente immobilières professionnelles.

* Temps maximal d'apposition :

- 14 jours avant et 7 jours après l'évènement concerné.
- La durée des évènements a été revue à la baisse par la Mairie par rapport au dossier du cabinet : ***Cf 2^{ème} partie de ce rapport.***

* Conditions d'implantation : elles ne devront pas :

- Dépasser les limites du mur qui les supporte.
- Être implantées à plus de 6 m du sol.

* Interdiction de nature :

- Enseignes lumineuses et/ ou numériques

* Interdictions d'implantation :

- Toitures et terrasses
- Balcons et balconnets
- Marquises et auvents
- Tous murs de clôture
- Tous types de clôtures

*** Densité :**

Leur densité doit respecter la limite commune aux enseignes ;
le cumul de leur surface ne peut dépasser :

- 20 % d'une façade < 50 m²
- 10 % d'une façade > 50 m²

*** Apposition :**

- Uniquement sur vitrines

*** Cas particuliers :**

- Enseignes temporaires scellées au sol : elles sont en principe interdites; cependant une autorisation exceptionnelle peut être donnée dans les limites suivantes :

- Linéaire de voirie minimal de 60 m.
- Surface maximale totale de 8 m² (**Cf 2^{ème} partie**).
- Un seul dispositif le long des voies ouvertes à la circulation publique bordant le bâtiment avec un maximum de 3.

- Enseignes de promotion immobilière (location/vente):

Sur façade, gabarit maximum 0,60 m x 0,80 m par face et sur baie.

B) CHAPITRE 2 : Dispositions particulières par zones

1°) Article 1 et subdivisions: Dispositions particulières aux ZPR1 et ZPR2.

*** Dispositions pour les enseignes murales :**

- Enseignes-bandeaux :

- Emplacement : à la limite du 1^{er} étage commercial
- Nombre : 1 seul par établissement sauf s'il est à l'angle de 2 rues.
- Alignement : avec les enseignes des établissements voisins.
- Composition, dans l'esprit d'une harmonie de traitement :
 - Hauteur maximale des lettrages, quel qu'en soit le type : 0,35 m.
 - Epaisseur maximale des caractères : 0,10 m.
 - Saillie de support maximale : 0,10 m.
 - Densité maximale du dispositif :

- 20 % d'une façade < 50 m².
- 10 % d'une façade > 50 m².

■ Enseignes drapeaux :

- Emplacement : à la limite du 1^{er} étage commercial.

Le bas de l'enseigne devra être à plus de 2,20 m du sol.

- Nombre : 1 par établissement sauf si en angle de rue : 2.

• Dimensions :

- Hauteur maximale : 0,60 m.
- Epaisseur maximale 0,10 m.
- Saillie maximale sur façade hors-tout : 0,75 m.

■ Enseignes sur lambrequins et stores : autorisées si :

- de couleur unie
- les lambrequins ont une hauteur maximale de 0,35 m.
- les lettres ont une hauteur maximale de 0,20 m et, si elles sont munies d'une source lumineuse, celle-ci devra être inapparente et sera soumise à toutes les obligations générales des dispositifs lumineux.

■ Enseignes sur vitrophanie : autorisées si :

- surface maximale sur vitrine de 1 m² (sauf nécessité de confidentialité).

- Interdictions :

dans ces zones résidentielles, sont **interdites** les enseignes :

- numériques et/ou lumineuses
- sur toits et terrasses
- sur marquises et auvents
- sur balcons et balconnets
- sur baies
- les oriflammes scellées au sol
- les autres enseignes scellées au sol, sauf en ZPR2, dans les conditions restrictives suivantes :

- façade en retrait minimal de 5 m par rapport à une voie publique.
- façade en retrait d'au moins 10 m par rapport au bord extérieur de la voie publique.
- le dispositif devra :
 - être de forme totem de 1 m maximum de largeur et 3 m maximum de hauteur, sauf :
 - s'il s'agit d'un dispositif obligatoire d'affichage de prix (ex : carburants), la hauteur autorisée est portée à 5 m et être au minimum le double de sa largeur qui ne devra pas excéder 1,20m.

2°) Article 2 et subdivisions : Dispositions particulières en ZPR3

Le RNP s'applique dans la zone commerciale en dehors des restrictions suivantes :

* Enseignes murales :

■ Enseignes bandeaux : ***Cf Article 1.***

■ Enseignes drapeaux : ***Cf Article 1.***

■ Enseignes lumineuses autorisées si :

- elles satisfont aux obligations légales du genre
- leur surface maximale cumulée est de 6 m² avec des dimensions maximales de 1 m de hauteur et 6 m de longueur.

* Enseignes sur toits et terrasses autorisées si :

- elles sont composées de caractères découpés sans fond.
- leurs dimensions maximales sont de 1 m de hauteur x 8 m de longueur.

* Enseignes sur lambrequins et stores autorisées si :

- le support est de couleur unie
- les lambrequins ne dépassent pas 0,35 m de hauteur
- les caractères ne dépassent pas 0,20 m de hauteur

■ si les caractères sont lumineux, ils devront satisfaire aux obligations les concernant.

* Enseignes scellées au sol :

autorisées dans les mêmes conditions que pour la ZPR2 :
Cf Article 1.

* Interdictions des enseignes :

- sur marquises et auvents
- sur balcons et balconnets
- sur baies

NOTE du Commissaire- Enquêteur :

Dans le rapport du Projet de Règlement Local de Publicité établi par la ville de Melun suivent alors :

- Plusieurs pages de croquis illustrant les divers types d'emplacement des enseignes qu'il n'est pas question de reproduire ici et qui sont consultables sur le rapport municipal définitif.
- Plusieurs pages de lexique des mots techniques, légaux et abréviations.

FIN DE L'ANALYSE DU DOSSIER DU PROJET DE RLP DE MELUN

DEUXIÈME PARTIE

OBSERVATIONS ET RÉPONSES

NOTE du Commissaire-Enquêteur : Toutes ces observations (remarques ou demandes) ont été recueillies et résumées par le commissaire-enquêteur pour la plupart : leur rédaction est en caractères noirs droits ou *italique*; les réponses de la mairie sont en caractères *italique rouges* et ceux du C-E en caractères *italique mauve*.

1. Observations des Personnes Publiques Associées :

1.1. Préfecture de Seine-et-Marne :

- Direction Départementale des Territoires (DDT) et Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS).

NOTE : la DDT et la CDNPS (qui en est une émanation) ont envoyé deux courriers distincts mais dans les mêmes termes. Ce qui suit est un résumé de ce document et ne reflète nullement une quelconque appréciation dans un sens ou son opposé de la part du Commissaire-Enquêteur qui n'a pas d'avis à donner sur des observations officielles devant en principe être suivies.

*Ces organismes relèvent des **contradictions** dans le projet de règlement :*

A) Publicité sur murs de clôture et clôtures

1) p.11 art 1. : Publicité lumineuse et non lumineuse interdite en toutes zones sur murs de clôtures et clôtures aveugles et non aveugles. Et :

2) p.16 art. 2.1.3. : Autorisation de la publicité non lumineuse sur murs ou clôtures dans les zones non agglomérées. Et :

3) p.17 art. 3.1. : Publicité non lumineuse (maximum 8 m² avec encadrement maximum de 11 cm) autorisée sur murs et clôtures.

1) Réponse Mairie : La publicité lumineuse et non lumineuse sera interdite en toutes zones sur les murs de clôtures et clôtures aveugles et non aveugles, les éléments contradictoires sur cette règle seront modifiés.

2) Réponse Mairie : l'article 2.1.3 ne sera pas conservé puisqu'il concerne des dispositions en dehors des zones agglomérées où la réglementation nationale s'applique.

3) Réponse Mairie : La Publicité non lumineuse sera en effet autorisée dans les zones autorisant la publicité dans le respect des différentes conditions d'installation des panneaux.

*Réponse du C.E. : Certaines modifications apportées par la Mairie au dossier du projet de **RLP de Melun** à la suite d'observations n'ont pas été reprises dans le rapport du C-E qui fait simplement renvoi à cette 2^{ème} partie.*

B) Publicité interdite sur parcelles de configuration mal adaptée (angle 45° ou <).

p.11 Or, le dessin montre un angle de 90°.

Réponse Mairie : Le schéma illustratif sera révisé afin de présenter un angle de 45° ou moins.

Réponse du C-E : Détail purement visuel sur un simple schéma le texte du projet est suffisamment explicite.

C) Publicité interdite sur véhicules servant de support à la publicité ou préenseignes :

p.12 : Le code de l'environnement les interdit dans les secteurs sauvegardés mais on ne peut pas leur interdire de traverser la ville.

Réponse Mairie : L'interdiction portera uniquement sur les véhicules à l'arrêt.

Observation du C-E : Un petit "vide juridique" permettrait néanmoins à des véhicules publicitaires de circuler en permanence.

D) Préenseignes temporaires

" Elles ne doivent pas dépasser les limites du mur qui les supporte".

Or, le Code de l'Environnement précise qu'une préenseigne temporaire est **scellée au sol ou posée au sol**. Sur un mur elle devient **préenseigne** et dépend des règles applicables à la publicité.

Réponse Mairie pour D) : Cette précision sera supprimée.

Réponse générale de la Mairie : L'ensemble des remarques de la Direction Départementale des Territoires seront prises en compte dans le règlement.

1.2. Direction générale adjointe de l'Environnement, des Déplacements et de l'Aménagement des Routes.

Cet organisme émet un **avis favorable** au projet de Règlement Local de Publicité de Melun, sans commentaire.

1.3. Les autres PPA

qui ont été consultées n'ayant pas donné leurs avis dans le délai réglementaire de 3 mois, ceux-ci sont considérés comme favorables.

2. Observations des Associations Environnementales

2.1. France Nature Environnement (FNE)

Cet organisme relève :

A) Publicité

* en ZPR2 :

-Format d'environ 9,6 m² trop important, surtout à 6 m de hauteur.

*Réponse Mairie : le format retenu est de 8 m² de surface utile.
Réponse du C-E : la hauteur de 6 m paraît effectivement impressionnante en secteur d'habitations.*

- Distance de 6 m des dispositifs publicitaires scellés trop faible par rapport à une baie ; devrait s'aligner à 10 m comme pour les fonds voisins.

Réponse Mairie : proposition d'un alignement de 10 mètres par rapport à une baie, permettant une cohérence des règles. (10 mètres fond voisin et 10 mètres d'une baie).

Réponse du C-E : Réponse logique de la mairie.

* en ZPR3 :

Défavorable aux panneaux numériques de 8 m²

Réponse Mairie : Suppression du format, la publicité numérique ne sera pas introduite.

Réponse du C-E : Disposition particulièrement sensée.

B) Enseignes en ZPR3

Les enseignes sur toit et/ou terrasse de 1 m maximum de hauteur

sur longueur de 8 m, même en lettres découpées sont trop nuisibles à la qualité du site.

Réponse Mairie : Suppression du format, relativement peu exploité sur la commune.

Réponse du C-E : Réponse cohérente de la mairie.

C) Intensité lumineuse

Elle est définie pour le mobilier urbain mais il n'y a pas de précision quant à la publicité et les enseignes numériques. Nocivité visuelle des LED et écrans.

Réponse Mairie : Il n'existe à ce jour aucun texte nous permettant d'arrêter une intensité. L'arrêté ministériel est en attente. Les préconisations seront maintenues mais ne pourront pas constituer un élément véritablement opposable.

D) Mobilier urbain (MU)

Il aurait le droit d'être installé le long des espaces verts protégés ou d'espaces paysagers qualifiés dans les trois ZPR : ceci est nuisible aux perspectives ; de plus il n'y a pas de règle de densité pour le mobilier urbain : risque de prolifération.

Réponse Mairie : Régie par la Ville, qui veillera à une implantation cohérente à son environnement.

Nouvelle adaptation : Interdiction du 8 m² en ZPR1 pour une équité de format en Zone Protégée et du fait de la densité du bâti. = (cohérence Rapport de présentation).

Le cahier des charges du Mobilier Urbain évitera la prolifération du mobilier urbain.

Réponse C-E : les réponses de la mairie sont ici trop générales et non chiffrées.

E) Chevalets

Ils devraient respecter une distance d'au moins 1 m par rapport aux façades et seraient soumis à autorisation. Qu'en est-il pour les rues étroites (gêne pour les personnes à mobilité réduite) ? D'où la nécessité d'établir un plan des rues interdites aux chevalets accessible à tous.

Réponse Mairie : Dans le cas d'une implantation dans une rue étroite = Refus car soumis à autorisation du domaine public délivrée par le Maire.

Réponse C-E : Réponse municipale satisfaisante, notamment pour les PMR.

F) Extinction des enseignes

Plage horaire de 23 h à 6 h convenable mais il vaudrait mieux l'extinction à la fin de l'activité et rallumage à sa reprise.

Réponse Mairie : Maintien de la règle, moyen de visibilité des commerçants et de la marchandise aux heures de fréquentation par les habitants et usagers.

Réponse du C-E : décision rationnelle ; ceci étant, les commerçants restent libres de leur éclairage si leur activité nocturne officielle est indispensable.

G) Enseignes temporaires de moins de 3 mois

- Le projet de RLP est trop permissif, autorisant leur installation 2 semaines avant le début de l'opération, suivies des 3 mois d'exploitation et 1 semaine pour le démontage, on arrive à 11 semaines. S'il y a 3 opérations par an, cela totalisera 33 semaines, d'où un risque d'installation pérenne.
- Il est autorisé une enseigne temporaire scellée au sol, de surface inférieure à 8 m², placée le long des voies de circulation longeant les façades du bâtiment concerné.

Réponse Mairie : Adaptation de la règle avec la réduction du temps de d'autorisation de l'enseigne temporaire à 2 mois au lieu de 3 mois pour plus de cohérence avec la durée réduite des événements en général (réduction de la durée des Soldes notamment).

Réponse du C-E : réponse rationnelle de la mairie.

▪ QUESTION : S'il y a 3 façades, cette surface de 8 m² est-elle valable pour chaque enseigne ou pour les 3 en tout ?

Réponse Mairie : Pour répondre à la question des 8 m², ces derniers correspondent à la surface totale affichable, sur la totalité des dispositifs.

Réponse du C-E : la réponse de la mairie lève toute ambiguïté et va dans le sens des souhaits logiques de l'association.

1.2. Paysages de France & Sites et Monuments

Ces deux associations indépendantes ont rédigé ici un dossier commun.

PF&SM admet l'existence de points positifs dans le projet de **RLP** mais le considère globalement comme un **contre-exemple** en raison, **selon eux**, de :

A) La remise en cause des mesures de protection instaurées par le Code de l'Environnement dans le Site Patrimonial Remarquable (**SPR**).

Réponse Mairie : En SPR (ZPR1) introduction du Mobilier Urbain mais contrôle et limite de surface.

Réponse du C-E : il serait bon que la réponse de la mairie soit plus précise.

B) La place beaucoup trop importante de la publicité sur le mobilier urbain dans la ZPR1, donc dans le SPR, ce qui cause des problèmes environnementaux.

Réponse Mairie : Suppression du Mobilier Urbain de grand format en ZPR1, seul le 2 m² subsisterait en ZPR1.

Réponse du C-E : réponse logique de la mairie ; cependant le conditionnel est employé (subsisterait) là où le futur est souhaitable.

C) L'autorisation de la publicité numérique entraînera d'importantes nuisances.

Réponse Mairie : Suppression du format, la publicité numérique ne sera pas introduite.

Réponse C-E : réponse nette et rationnelle de la mairie.

D) Les formats et les procédés envisagés sont incompatibles avec les enjeux.

Réponse Mairie : Réduction des formats, réduction des possibilités d'implantation, nouvelles règles limitant les implantations (10 mètres des fonds voisins et des baies, interdiction le long des axes arborés,...)

Réponse du C-E pour A), B), C), D) : les réponses de la mairie sont satisfaisantes.

E) Le choix du cabinet rédacteur du dossier de projet, beaucoup trop inféodé aux intérêts des publicitaires et dont la fonction serait d'introduire la publicité dans des lieux normalement épargnés, donc serait animé d'un parti pris anti-environnemental, par exemple en prétendant qu'il est impossible d'interdire la publicité numérique et les grands formats et qui préconise:

* En **ZPR1** : Centre ville (dont SPR) :

- (opposition à) la publicité sur les voies publiques, y compris publicité lumineuse, motorisée, défilante, vidéo.

Réponse Mairie : Publicité interdite hors Mobilier Urbain en ZPR1.

Réponse du C-E : Décision figurant déjà dans le dossier du projet de RLP, conforme à la défense du patrimoine de centre-ville.

- La publicité sur les abris et les kiosques a été établie selon la possibilité maximale autorisée par le Code de l'Environnement.

Réponse Mairie : Sera défini dans le cadre du contrat de mobilier urbain.

Réponse C-E : cette question fait partie des sujets les plus sensibles.

- Des surfaces de 2 à 8 m² autorisées sur du mobilier destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général, local ou artistique, soit jusqu'à 4 fois la surface autorisée à Paris.
- Des hauteurs autorisées jusqu'à 6 m (le maximum autorisé par le Règlement National de Publicité).

Réponse Mairie : Suppression du 8 m² en ZPR1. Seul le 2 m² subsistera.

Réponse du C-E : La hauteur de 6 m (soit plus de deux étages) pourrait être révisée. La limitation des informations non publicitaires à 2 m² est satisfaisante.

- Pas de limitation des dispositifs en nombre ou en densité.

Réponse du C-E : Cette non-limitation des dispositifs présente effectivement un risque d'abus.

* En ZPR2 :

- Tout ce qui est autorisé en ZPR1 ; de plus :
- Publicités lumineuses, motorisées, défilantes :
- Murales d'environ 9,5 m².

Réponse Mairie : Cette règle induira une réduction de la surface maximale des panneaux. Hors tout 10,5 m² = encadrement +

surface utile mais hors pied.

Réponse C-E : la surface et la hauteur semblent imposantes en secteur d'habitations

- Scellées au sol : même surface mais totalisant 12 m² avec un pied.

* En ZPR3 :

- Tout ce qui est autorisé en ZPR1 et ZPR2 ; de plus :
- Publicités numériques murales ou scellées au sol jusqu'à 8 m² (maximum légal).

Réponse Mairie : Suppression du format, la publicité numérique ne sera pas introduite.

Réponse du C-E : la réponse de la mairie est satisfaisante.

F) PF&SM préconise donc :

1°) Pour les publicités autres que sur mobilier urbain en dehors des lieux d'interdiction :

- Un format unique de 4 m² maximum hors tout.

Réponse Mairie : Non recevable. La ville conserve les 8 m² de surface utile maximum et son encadrement devra être le plus discret possible. Les règles sont plus contraignantes par implantation.

Réponse du C-E : Il est vrai que cette surface est imposante, mais il s'agit ici de la zone commerciale. Par ailleurs, des expressions telles que " le plus discret possible" sont subjectives et devraient être précisées.

- L'interdiction en toutes zones de la publicité numérique **sauf**, au maximum, d'une surface de 1 m², scellée au sol ou installée directement au sol parallèlement à une façade de bâtiment commercial et à un maximum de 0,25 m de celle-ci avec une seule

publicité de ce type par unité foncière et uniquement dans des secteurs agglomérés sans habitations.

Réponse Mairie : Suppression du format, la publicité numérique ne sera pas introduite.

Réponse du C-E : Réponse satisfaisante de la mairie

- L'interdiction en toutes zones de la publicité scellée au sol ou installée directement au sol **sauf**, au maximum, d'une surface de 2 m² et à une hauteur de 2,20 m et uniquement à raison d'un seul dispositif par unité foncière supérieure à 200 m dans des secteurs agglomérés sans habitations ; dispositifs motorisés et défilants interdits.

Réponse Mairie : Non recevable, les règles sont plus contraignantes par implantation. Les dispositifs motorisés et défilants sont déjà interdits.

2°) Pour les publicités sur le mobilier urbain :

- En dehors des lieux d'interdiction.

Réponse Mairie : Réflexion autour des Monuments Historiques, hors abribus.

Réponse du C-E : il paraît indispensable qu'autour des MH la publicité soit restreinte aux seuls abribus.

- Uniquement sur les abris pour voyageurs :

Réponse Mairie : Les grands formats seront supprimés en ZPR1, les 2 m² (sucettes et abris pour voyageurs) subsisteront ainsi que les colonnes Morris et éventuels kiosques.

Réponse du C-E : Réponse rationnelle de la mairie.

- Sur une seule face pour la publicité commerciale, l'autre étant culturelle.

Réponse Mairie : Sera défini dans le cadre du contrat de mobilier urbain.

Réponse du C-E : Lors de l'établissement du contrat de mobilier urbain, la mairie se devra d'être vigilante à la pression des prestataires. Cf également pour les questions suivantes.

- Interdiction de la publicité numérique et défilante.

Réponse Mairie : Sera autorisée mais gérée précisément dans le cadre du contrat de mobilier urbain.

Réponse du C-E : Réponse de la mairie induisant un risque de pression de la part du prestataire de service du M.U .

- Etablissement de règles de densité des dispositifs.

Réponse Mairie : Sera défini dans le cadre du contrat de mobilier urbain.

Réponse du C-E : identique à la précédente.

- Extinction en dehors des heures de transports en commun.

Réponse Mairie : Cette règle est prévue.

3°) Pour les enseignes :

PF&SM relève des **points positifs** dans le projet de RLP par rapport au Code de l'Environnement :

- Pour les façades inférieures à 50 m² : la surface maximale de l'enseigne passe de 25 % à 20 % de celle de la façade et de 15 à 10 % pour celles posées sur des façades > 50 m². Ceci étant, il conviendrait de préciser des surfaces absolues maximales. PF&SM préconise respectivement 4 m² et 6 m².

Réponse Mairie : Cette règle de densité permet de limiter la surface et avec le cumul des règles type bandeau unique, implantation uniquement au rez-de-chaussée commercial. Les 4 m² et 6 m² maximum ne répondent pas aux particularités des rez-de-chaussée commerciaux.

▪ Interdiction en toutes zones :

Des enseignes lumineuses scellées au sol (sauf pour le prix du carburant).

Réponse Mairie : Prise en compte : Il s'agit d'une pollution lumineuse peu présente sur la commune.

Réponse du C-E : réponse rationnelle de la mairie

• Des enseignes temporaires (sauf cas particuliers).

Réponse Mairie : Modification des 3 mois en 2 mois.

Réponse du C-E : modification logique

• Des oriflammes non scellées au sol.

Réponse Mairie : Pas d'oriflamme mais des totems en ZPR2 et ZPR3 dans le cas d'un établissement en retrait de la voie publique.

• Des oriflammes scellées au sol en ZPR 1 et ZPR2.

Cependant le Code de l'Environnement ne définit pas "oriflamme" mais :

"Enseignes scellées au sol ou installées directement au sol" :

- de surface supérieure à 1 m².

- de surface inférieure à 1 m².

Réponse Mairie : Règle identique aux 2 particularités.

▪ Dans le cas de ces "oriflammes", PF&SM propose :

• Enseigne > 1 m² autorisée si aucune enseigne apposée sur les

façades du bâtiment d'activité n'est visible de la voie publique (pour le Code de l'Environnement : "un dispositif le long de chacune des voies publiques bordant le bâtiment concerné").

- Enseigne $<$ ou $=$ à 1 m^2 : Le Code de l'Environnement ne précise aucune limite de nombre, d'où une profusion de drapeaux, par exemple pour la vente de véhicules.

Donc, le RLP devrait préciser :

- Interdiction de toutes enseignes scellées ou installées au sol de surface égale ou inférieure à 1 m^2 .

Ou bien : Le nombre de ce type d'enseigne est limité à 2 dispositifs en tout le long des voies publiques bordant le bâtiment concerné avec une seule enseigne par façade.

Ou encore : - Etablir une règle unique pour toutes les surfaces de ce type d'enseignes.

3°) Pour les enseignes numériques : Le RLP prévoit en ZPR3 des dispositifs de 1 m de hauteur et 6 m de longueur : PF&SM estiment leur impact très négatif et demande leur interdiction.

Réponse Mairie : Prise en compte. Interdiction de ce format en toutes zones.

Réponse du C-E : La réponse de la Mairie est très positive mais la Mairie n'a répondu, semble-t-il, qu'à la proposition 3°).

4°) Pour les pré-enseignes temporaires : PF&SM considère que ce sont des dispositifs entachés d'illégalité car il y a confusion entre enseignes temporaires et préenseignes temporaires lesquelles sont de la publicité, sauf concernant des préenseignes temporaires consacrées à des manifestations culturelles ou touristiques d'une surface maximale de $1,50 \text{ m}^2$ hors agglomération ou en agglomération de moins de 10.000 habitants.

Réponse Mairie : Des précisions en lien avec leurs définitions légales seront apportées pour clarifier les deux types de dispositifs.

5°) Pour la publicité sur M.U. :

PF&SM recommande de respecter les Articles 1.3, 2.3 et 3.3. (pages 16 et 17 du Règlement) : la publicité sur M.U. est autorisée sous réserve de l'application des dispositions générales applicables à chaque zone (chapitres 1 et 3).

Réponse Mairie : Non prise en compte des éléments. La publicité pourra être autorisée dans le cadre du contrat de mobilier urbain.

6°) Mode de calcul des surfaces publicitaires :

PF&SM juge qu'il y a ambiguïté dans l'expression des surfaces d'affichage :

- Pour toutes publicités :

Surfaces inférieure ou égales à 8 m² + encadrement maximum de 11 cm.

- Pour les publicités lumineuses : Mêmes surfaces mais **encadrement inclus.**

Le code de l'environnement (Art. L 581-3) précise que les dispositifs de présentation font partie de la surface publicitaire, donc dire : « **surface hors tout** ».

Réponse Mairie : Reprise des termes. Il sera question d'une surface utile avec un encadrement le plus discret possible. Cette surface utile sera limitée à 8 m².

Réponse du C-E : remarque déjà formulée concernant la "discrétion" du cadre.

7°) Portée du règlement :

PF&SM demande d'éviter les références constantes au RNP ce qui alourdit ; *p.ex* : la surface maximale de 8 m² n'est pas une décision établie pour ce RLP mais elle provient du RNP.

Réponse Mairie : Certaines règles du RNP sont tenues d'être mentionnées dans le règlement afin d'assurer la parfaite compréhension des règles applicables sur la commune.

Réponse du C-E : réponse correcte de la mairie, le RNP étant "a minima", le RLP ne peut pas être moins exigeant. Idem pour la question suivante.

8°) Simplification du règlement :

Spécifier que ne sont autorisés que les dispositifs dûment mentionnés dans le règlement dans des conditions applicables sur l'ensemble du territoire (dispositions générales) ainsi que zone par zone pour les spécifiques.

Réponse Mairie : Le présent RLP précise, complète, modifie, la réglementation nationale, en conséquence les règles du code de l'environnement non expressément mentionnées, restent applicables dans leur totalité.

9°) Propositions de PF&SM pour l'extinction des dispositifs lumineux :

- Des publicités :
- Entre 20 h et 8 h du 1/10 au 31/3.
- Entre 21 h et 7 h du 1/4 au 30/9.

Réponse Mairie : Prise en compte, intégration de la règle : 21 h / 7h pour la publicité. Par volonté d'uniformité, il n'y aura pas d'adaptation sur certains mois de l'année.

Réponse du C-E : Réponse rationnelle de la mairie ; en effet, un tel règlement étant valable de longues années, la décision prévisible mais non datée de l'U.E. concernant l'abandon de l'alternance des horaires d'hiver et d'été compliquerait davantage et inutilement le sujet.

- Des enseignes :
- Extinction dès la fin de l'activité.
- Rallumage à sa reprise.

Réponse Mairie : Souhait de privilégier la visibilité des enseignes, maintien de l'extinction de 23h à 6h pour les enseignes. Hors de ces horaires, tout commerce aura le droit d'allumer son enseigne une heure avant le début de son activité et l'éteindre une heure après sa fermeture.

Réponse du C-E : Réponse rationnelle de la mairie.

3. Observations des professionnels

3.1. Union de la Publicité Extérieure (UPE).

NOTE du Commissaire-Enquêteur :

L'**UPE** est une union professionnelle et non pas un prestataire de services ; si cela avait été le cas, ses observations qui auraient eu un caractère purement commercial de fournisseur à client n'auraient pas eu leur place dans un tel rapport. Ce courrier qui fait référence au dossier de présentation du projet de RLP a été résumé par le C-E dans le § 3.1. et son résumé officiel établi par l'UPE présenté intégralement dans le § 3.2. et c'est à ce texte que les réponses de la Mairie et du C-E ont été apportées.

Le commissaire-enquêteur a noté que les remarques professionnelles ont toujours pour objet des demandes justifiées de corrections de texte et, souvent moins justifiées, d'assouplissement des règlements.

3.1.1. Résumé

Dans un document de format paysage et de 35 pages, cet organisme reprend le projet de règlement de façon critique et, après avoir détaillé l'importance de la publicité comme :

- Média de masse
- Acteur économique majeur
- Principal investissement publicitaire

*** Relève :**

- La disparition totale du media grand format (réduction à 6 m² maximum mais ce format n'existe pas).
- En ZPR1 : l'interdiction des dispositifs publicitaires hors Mobilier Urbain, chevalets et bâches de chantier.
- Les ZPR 2 et 3 ont les mêmes règles donc, pourquoi les distinguer ?
- Les formats "hors tout" ne sont pas commercialisés. Donc :
 - Définir une "surface utile".
 - Limiter le format "hors tout" à 10,5 m² correspondant à une surface utile de 8 m².

Suivent des schémas et photos montrant ce qu'autorise et interdit le format hors tout de 10,5 m² (surtout interdiction de couleurs trop vives) et la faible différence visuelle avec une surface utile de 8 m².

*** Formule les demandes :**

1°) De possibilité de réintroduction de la publicité :

- Le long des alignements d'arbres.
- Le long des espaces paysagers qualifiés.
- En zones 2 et 3 sur des passerelles repliables.
- D'application de règles particulières sur le domaine SNCF :

- Dans les ZPR 2 et 3 qui permettraient de dédensifier de 50 % :
 - Interdistance de 100 m entre 2 dispositifs.
 - Pas d'interdistance entre 2 dispositifs séparés par une route ou une voie ferrée.
- En gare :
 - Maintien des dispositifs doubles (côte à côte et double face).
 - Distance de 80 m entre les dispositifs.
 - Pas d'interdistance si les dispositifs sont séparés par une voie ferrée.

2°) En zones 2 et 3 dans les cas particuliers :

Instauration d'une règle de quotas publicitaires sur un même axe :
2 au maximum sur la D306 et 1 sur la D346 :

- Règle difficile à appliquer.
- Règle contraire à la libre concurrence car elle soumet la légalité d'un dispositif aux implantations déjà existantes. ; donc :
- Demande de suppression de la règle des quotas et d'établissement d'une règle de densité fondée sur le linéaire de façade.

3°) Dans les zones 2 et 3 :

Demande d'application du **RNP**.

4°) En toutes zones (ici liste des 11 interdictions supplémentaires par rapport à celle du Code de l'Environnement) :

Plusieurs points présentent un risque d'interprétation juridique.
Donc supprimer cette règle ou l'explicitier davantage, notamment :

- Préciser la notion de " dispositifs solidaires permettant un multi-affichage".
- Revenir sur la limitation des bâches de chantier à 8 m².

3.1.2. Reprise détaillée des remarques de l'UPE et réponses de la Mairie et du Commissaire-Enquêteur

Remarque 1 : ASPECT EXTÉRIEUR GENERAL – ÉCLAIRAGE – ENTRETIEN.

Les dispositifs publicitaires non lumineux et éclairés par projection ou transparence ne sont pas soumis à un régime d'autorisation mais de déclaration préalable.

Il existe un fort risque d'insécurité juridique lié à l'interprétation de l'article 3.1 du RLP: « *atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux* », des sites, des paysages ou à la conservation de perspectives/intégration dans l'environnement et « *adaptation soigneusement traitée* », aspect, dimensions, proportions choisies, harmonie des coloris et choix des matériaux.

Il est impératif pour chacun des opérateurs de disposer d'une différenciation de marque.

Il convient de limiter des investissements du « sur-mesure » sur des dispositifs déjà existants ou fabriqués industriellement – démarche éco-responsable. Il convient également d'éviter un gaspillage et une mise au rebus de matériels en bon état.

En outre, une couleur ne doit pas être définie en fonction d'éléments pouvant évoluer dans le temps.

Proposition UPE :

- Autoriser les couleurs neutres et la possibilité d'utiliser une version métallisée. Nous demandons également d'autoriser un encadrement en inox chromé. Ce dernier a l'avantage de s'intégrer parfaitement en réfléchissant la couleur environnante.

Réponse Mairie : Maintien de la règle initiale (nuance de gris) pour garantir une homogénéisation des dispositifs sur la commune.

Réponse du C-E : Réponse rationnelle de la mairie

Remarque 2 : ÉCLAIRAGE

L'article 3.2 du projet de RLP relatif à l'éclairage est source d'une forte insécurité juridique pouvant être liée à son interprétation.

Pour rappel, l'article R.418-4 du code de la route traite déjà des questions d'éblouissement de la publicité lumineuse.

En outre, la publicité lumineuse demeure soumise au régime de l'autorisation (article L.581-9 du code de l'environnement) : autorisation délivrée au cas par cas et compte tenu du cadre environnant.

Les bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles sont éclairés par le biais de spots, projecteurs ou pelles du fait de leur taille.

Proposition UPE :

- Supprimer les dispositions sujettes à interprétation et éloignées des objectifs d'un RLP.
- A l'alinéa 5 de l'article 3.2 « Eclairage », il convient de « privilégier » l'emploi de dispositifs économes en énergie plutôt que de les prescrire ou bien imposer cette obligation aux nouvelles implantations en vue d'effectuer une mutation progressive du parc et de limiter les coûts conséquents pour les opérateurs.
- La prise en compte des variations de luminosité nécessite une technologie de pointe coûteuse.
- Autoriser les spots, projecteurs ou pelles pour les bâches et dispositifs de dimensions exceptionnelles du fait de leur
- taille et de leur caractère temporaire.

Réponse Mairie : Maintien de la règle initiale (limiter l'impact lumineux des panneaux publicitaires à défaut d'un arrêté ministériel).

Réponse du C-E : en l'absence de législation ou de réglementation

précises sur un sujet donné, la commune peut prendre toutes les décisions la concernant dans ce domaine.

Remarque 3 : REGIME DES AUTORISATIONS ET DECLARATIONS PREALABLES

L'article 5 du projet de RLP renvoie à la loi de 1979 et à celle de 1995. Ces lois ont depuis été modifiées à de nombreuses reprises et leurs dispositions en vigueur ont été codifiées dans le code de l'environnement.

Par ailleurs, nous constatons un risque de confusion quant au champ d'application de la déclaration préalable au sein de l'article 5.2 du projet de RLP.

Proposition UPE :

- Il convient de privilégier un renvoi vers les dispositions actuelles du code de l'environnement.
- Il convient également de mettre en cohérence les dispositions citées et de modifier l'article 5.2 du RLP comme suit : « Ainsi :la modification ou le remplacement de la publicité ~~installée sur ce support~~ **l'installation** est soumise à déclaration préalable ».

Réponse Mairie : la règle sera étudiée et adaptée selon les remarques ci-dessus.

Remarque 4 : ZONAGE

Proposition UPE :

Le projet de zonage s'apparente à une véritable mosaïque. Nous souhaitons alerter la Commission d'enquête sur les difficultés à appliquer un zonage aussi complexe tant pour les opérateurs que pour les services chargés de l'application du RLP.

Réponse Mairie : La carte sera simplifiée pour plus de clarté.

Réponse du C-E : simplification indispensable.

Remarque 5 : INTERDICTION DE PUBLICITÉ SUR LES MURS DE CLÔTURES AVEUGLES ET/OU NON AVEUGLES

De nombreuses maisons individuelles sont entourées de clôtures afin de protéger les espaces privatifs d'une propriété privée. A elle seule, cette disposition interdit de fait toute implantation de dispositifs scellés au sol dans l'ensemble des propriétés privées.

Proposition UPE :

- Supprimer cette disposition.

Réponse Mairie : la règle sera maintenue et s'applique au-dessus d'un mur et pas à l'arrière.

Réponse du C-E : Disposition indispensable pour éviter les abus possibles de la part de certains propriétaires.

Remarque 6 : INTERDICTION LE LONG DES AXES ARBORÉS

Il existe un fort risque juridique tenant à l'absence de définition des termes « le long des ».

Proposition UPE :

- Préciser le périmètre de part et d'autres des alignements et espaces visés.

Réponse Mairie : la règle sera précisée : tout foncier privé et public situé de part et d'autres des alignements d'arbres. La définition dans le lexique sera également précisée.

Réponse du C-E : il convient absolument d'éviter la défiguration paysagère des alignements d'arbres tout particulièrement aux entrées de ville.

Remarque 7 : INTERDICTION SUR LES PARCELLES AUX CONFIGURATIONS PARTICULIÈRES

Il existe un fort risque juridique tenant à l'interprétation de cette disposition.

Proposition UPE :

- Il convient de faire de la parcelle à angle réduit l'unique cas où la configuration est mal adaptée.

Réponse Mairie : la demande sera prise en compte.

Remarque 8 : INTERDICTION DE PUBLICITÉ SUR LES BÂCHES PUBLICITAIRES

Interdire les bâches, c'est interdire toute forme de communication originale pour les années à venir.

En application de l'article L581-9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités.

Proposition UPE :

Soumettre ce type de support à la seule réglementation nationale afin que le maire puisse exercer un contrôle discrétionnaire sur chaque demande d'autorisation préalable.

*Réponse Mairie : la règle sera maintenue. La Ville ne souhaite pas une prolifération de la publicité sur différents types de supports.
Réponse du C-E : réponse de la mairie parfaitement justifiée.*

Remarque 9 : PRÉENSEIGNES TEMPORAIRES

Il convient de ne pas cibler de manière exhaustive les «manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois », à savoir : fêtes locales / salons / brocantes et foires. En effet, ces contraintes supplémentaires ne découlent pas du règlement national de publicité issu du code de l'environnement. De plus, les préenseignes peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles

signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération. Or, le projet de RLP prévoit une limitation en nombre d'opérations ou manifestation à l'année (3 maximum) et en durée (8 semaines). Ces contraintes supplémentaires ne découlent pas non plus du RNP tout comme la limitation en nombre et dimensions des préenseignes par opération.

Proposition UPE :

- Nous demandons d'autoriser les préenseignes temporaires dans les conditions du RNP.

- *Réponse Mairie : la règle sera maintenue et ramenée à 2 mois maximum d'affichage afin d'être cohérent avec le délais d'instruction du code de l'urbanisme en périmètre bâtiment de France. La règle sera étudiée pour plus de clarification. Réponse du C-E : il est du droit de la mairie de se poser au delà des recommandations du RNB particulièrement quand il s'agit d'éviter que des préenseignes temporaires se pérennisent.*

-

Remarque 10 : DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SUR LE DOMAINE FERROVIAIRE

Melun possède un territoire ferroviaire important qui constitue une source de recettes pour la SNCF via les autorisations d'exploitation publicitaire qu'elle accorde en contrepartie de redevances d'occupation du domaine public. Ce territoire est potentiellement exploitable par les talus situés en bordure d'axes. Ce domaine ferroviaire présente deux particularités :

- Une unité foncière dont les parcelles sont gérées par un unique propriétaire;
- Un seul opérateur gère l'exploitation publicitaire de ce territoire (règle d'interdistance possible).

A ce titre, nous suggérons l'introduction de règles particulières sur ce domaine permettant le maintien de dispositifs publicitaires placés généralement dans un environnement moins urbanisé.

Proposition UPE :

Dans l'ensemble du territoire SNCF compris dans les zones 2 et 3, nous préconisons de prévoir un zonage spécifique avec les règles d'application suivantes :

- 1 dispositif publicitaire seul sur son emplacement ;
- interdistance de 100 mètres entre chaque dispositif publicitaire ;
- aucune distance n'est à respecter entre 2 dispositifs publicitaires séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

Réponse Mairie : la règle d'interdiction totale des dispositifs publicitaires sur le talus de la SNCF sera maintenue au regard de l'environnement devenu résidentiel du secteur.

Réponse du C-E : Réponse justifiée de la mairie en raison des risques de pollution visuelle.

Remarque 11 : DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SUR LE DOMAINE FERROVIAIRE

Proposition UPE :

Pour les dispositifs de la gare qui seraient potentiellement soumis au code de l'environnement, les règles pourraient être les suivantes :

- Maintien des dispositifs doubles (« côte à côte » et double face) ;
- Interdistance de 80 mètres entre chaque dispositif simple ou double ;

- Aucune distance à respecter entre 2 dispositifs séparés par une voie ferrée.

Réponse Mairie : la règle sera maintenue (5 dispositifs maxi sur les quais) et ajustée de la disposition suivante : « Maintien des dispositifs double face ».

Les dispositifs double face sont autorisés. Le dispositif côte à côte étant considéré comme deux dispositifs distincts demeurera interdit.

Réponse du C-E : Dispositions cohérentes de la part de la Mairie.

Remarque 12 : MATÉRIELS POUR DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs. »

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

De plus, interdire l'installation sur « structures métalliques » prohibe de fait l'implantation de tous les dispositifs publicitaires scellés au sol.

Proposition UPE :

Afin de tenir compte des impératifs en matière de sécurité, santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante :

« Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont

intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ». En complément, il convient de supprimer la mention « structures métalliques » au sein de l'article 2.1.1 du chapitre 2 du RLP.

Réponse Mairie : la règle sera modifiée en ce sens et ajustée de la disposition suivante : « impossibilité technique de faire autrement »

Réponse du C-E : modifications utiles à la sécurité.

Remarque 13 : FORMATS DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Nous constatons l'emploi de différents vocables s'agissant de la définition « surface utile » / « surface d'affichage » entre les types de dispositifs, ce qui peut être source de confusion.

Les dispositifs publicitaires standards et déployés de manière uniforme sur le territoire national peuvent avoir un encadrement pouvant aller jusqu'à 25 cm selon les différents opérateurs.

Limiter un encadrement à 11 cm revient à changer l'ensemble des dispositifs utilisés actuellement et portant conformes malgré tout aux dispositions du RNP.

Proposition UPE :

- Tant pour les dispositifs scellés au sol que muraux, il convient de reprendre le vocable de « surface utile » tel que défini au lexique.
- Nous demandons de tenir compte d'un format des dispositifs publicitaires qui soit conforme à la norme nationale. La fiche relative au format des publicités du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire publiée le 27 novembre 2019 rappelle qu'un RLP peut prévoir une surface d'affiche de 8 m² pour une surface de 10,50 m², encadrement compris.
- Nous souhaitons prévoir un format « cadre compris » de 10,50 m² en lieu et place d'un format d'affiche 8 m² complété d'un encadrement maximum de 11 cm.

Réponse Mairie : Maintien de la règle (surface utile de 8m²) avec ajustement concernant l'encadrement : « il devra être le plus discret possible ».

Réponse du C-E : Attention à l'interprétation subjective de l'expression : « le plus discret possible ». Des précisions numériques seraient souhaitables.

Remarque 14 : IMPLANTATION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

La ZPR2 est une zone urbanisée. Le morcellement parcellaire naturel limite très fortement le linéaire sur rue des unités foncières. Fixer un seuil de 60 mètres équivaut à interdire in fine toute implantation notamment sur support mural.

La ZPR 3 est une zone d'activités. La publicité extérieure trouve toute sa légitimité dans ce secteur. Fixer un seuil de 60 mètres limite également ce média qui est pourtant essentiel en signalisation de proximité.

Proposition UPE :

- ZPR2 :
 - Dispositifs sur support : application de la règle de densité prévue au RNP, article R.581-25 du code de l'environnement.
 - Dispositifs scellés au sol : linéaire sur rue minimum de 30 mètres
- ZPR3 :
 - Application de la règle de densité prévue au RNP, article R.581-25 du code de l'environnement, qui répond parfaitement aux principes d'un équilibre entre protection du cadre de vie et maintien d'une activité économique.

Réponse Mairie : Maintien de la règle initiale : linéaire de 60 m

minimum + 1 seul dispositif par unité foncière.

Réponse C-E : la réponse de la mairie est précise et évite tout abus.

Remarque 15 IMPLANTATION DES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Cumulée aux règles de voisinage déjà prévues par le RNP, lesquelles ne vont pas, à juste titre, au-delà de la protection du voisinage (10 m des baies voisines, H/2 de la propriété voisine), cette disposition limite très fortement les possibilités d'implantation.

Cette disposition générale – applicable dans l'ensemble du territoire - ne permet aucune valorisation environnementale, notamment dans les cas suivants :

- Implantations à proximité de locaux commerciaux ;
- Implantations pouvant être déplacés sur une même propriété : cette disposition n'entraîne que des coûts de déplacements sans aucune valeur ajoutée.

En outre, cette disposition doit être précisée afin de ne pas conduire à un assouplissement de la règle de distance de 10 m des baies situées sur un fonds voisin d'ores et déjà prévue par le RNP (article R.581-33 du code de l'environnement).

Proposition UPE :

Afin d'adapter cette mesure au contexte communal et pour préserver l'habitat, nous proposons de formuler cette disposition générale comme suit :

« Sur l'unité foncière concernée, les dispositifs publicitaires d'une surface supérieure à 2 m² scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue) jusqu'à une distance de 5 mètres de ces façades ».

Réponse Mairie : Maintien de la règle initiale avec un ajustement de la distance à une baie à savoir 10 m au lieu de 6 m pour assurer une

*cohérence avec la distance des 10 m par rapport à un fond voisin.
Réponse du C-E : réponse logique de la mairie.*

Remarque 16 : REMARQUES GÉNÉRALES

Chapitre 1 : dispositions générales en matière de publicité applicables à toutes les zones (ZPR1-ZPR2 et ZPR3)
« Conformément à l'article L. 581-7 du code de l'environnement, toute publicité est interdite hors agglomération. Sous réserve des dispositions des articles L. 581-4 et L. 581-8, la publicité est alors admise. »

- Il existe un risque de confusion dans le paragraphe reproduit ci-dessus.

Proposition UPE : Il convient d'ajouter après « admise », les termes suivants : « dans les conditions ci-après ».

Réponse Mairie : La remarque sera prise en compte.

Remarque 17 : PUBLICITÉ LUMINEUSE

« Dans ce secteur et en sus des généralités rappelées ci-après, la publicité lumineuse est tolérée. Les articles R581-34 à R 581-41 fixent les prescriptions applicables à la publicité lumineuse qui cible la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet. Les dispositifs de publicité lumineuse (y compris numérique) ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence sont soumis aux dispositions de la publicité murale et scellée au sol. L'installation d'une publicité lumineuse est soumise à autorisation du Maire (Article L581-9). »

Il existe un risque de confusion au sein de cet article. La publicité lumineuse par projection ou transparence est une sous-catégorie de la publicité lumineuse comme la publicité numérique.

Or, la publicité lumineuse par projection ou transparence suit le régime juridique applicable aux publicités non lumineuses.

Proposition UPE :

Nous préconisons de compléter les dispositions comme suit :

« Les dispositifs de publicité lumineuse (~~y compris numérique~~) ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse qu'elle soit murale et scellée au sol ».

De plus, afin de parfaire la bonne compréhension du RLP, il convient de préciser que les dispositions de l'article 3.2 en question ne concernent que la publicité lumineuse autre que celle éclairée par projection ou transparence.

Réponse Mairie : La remarque sera étudiée.

Réponse du C-E : Toujours faire attention à l' « abus lumineux ».

Remarque 18 : LIMITE D'AGGLOMÉRATION

Il convient de rappeler la décision de principe rendue en la matière par le Conseil d'Etat (décision du 2 mars 1990, « Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports c/ Société Publi-System », N° 68134) confirmée par un arrêt récent du 26 novembre 2012, N°352916). En effet, cette décision précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeubles bâtis rapprochés ; peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti.

Proposition UPE :

Elle préconise de tenir compte de cette définition dans le projet de RLP.

Réponse Mairie : Ne sera pas pris en compte.

Réponse du C-E : le dossier du projet comprend un document donnant les coordonnées géodésiques précises et viaires exactes des nombreuses limites de la commune.(document joint en annexe).

Remarque 19 : OUVERTURE

Le lexique définit la clôture aveugle comme « une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées. » La notion de « parties ajourées » utilisée pour qualifier les clôtures aveugles est source d'interprétation. L'adjectif « ajouré » ne désigne pas uniquement ce qui est « ouvert » mais également ce qui laisse « passer la lumière ».

Or un mur de briques de verre n'est pas considéré, au terme de la jurisprudence, comme une ouverture au sens du code de l'environnement. Il laisse néanmoins passer la lumière.

Proposition UPE :

Elle préconise de modifier cette définition en ce sens.

Réponse Mairie : Ne sera pas pris en compte, la définition est maintenue.

Remarque 20 : CLÔTURE PROVISOIRE

Les palissades de chantier sont généralement réglementées par un arrêté préfectoral reprenant les dispositions figurant dans le règlement sanitaire départemental type. Ces dispositions peuvent être complétées par un arrêté municipal ou par les services de la voirie qui peuvent préciser aux entreprises les caractéristiques des clôtures à installer.

Proposition UPE :

Afin de ne pas contrevenir aux règlements de voirie existants ou à venir, il est nécessaire de ne pas limiter les palissades à : « une clôture constituée de panneaux pleins et masquant ».

Il conviendrait de compléter la définition comme suit :
« Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier. Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé ».

Réponse Mairie : La définition sera modifiée en ce sens.

Réponse du C-E : la définition proposée est complète.

Remarque 21 : PUBLICITÉ LUMINEUSE

La publicité éclairée par transparence ou projection est considérée comme de la publicité non lumineuse.

Proposition UPE :

Il convient de modifier cette définition en ce sens.

Réponse Mairie : La définition sera modifiée en ce sens.

Réponse du C-E : déjà donnée plus haut : il y a un risque d'abus conduisant à la pollution lumineuse.

Remarque 22 : AVAP - SPR

Les aires de mise en valeur de l'architecture et du patrimoine ont été remplacées par les sites patrimoniaux remarquables.

Proposition UPE :

Afin de tenir compte des évolutions législatives, il convient de modifier cette définition en ce sens.

Réponse Mairie : La définition sera modifiée en ce sens.

Réponse du C-E : les deux expressions couvrent la même réalité.

Remarque 23 : COQUILLES RÉDACTIONNELLES

Proposition UPE :

« Les dispositifs publicitaires, de préenseignes ou d'enseignes,

dispositifs publicitaires, de préenseignes ou d'enseignes doivent s'intégrer à leur environnement... »

Réponse Mairie : La règle sera modifiée en ce sens.

3.2. Société JCDecaux

A la suite de leur réunion, cette société, prestataire de service de la ville en matière de M.U. a fait parvenir à la Mairie un document détaillé de 14 pages. S'agissant d'une relation commerçant-client, le C-E a jugé qu'il n'avait pas à en faire de commentaire.

4. Observations du Public

4.1. M. Michel ROBERT (par courriel) :

A) Observations

1°) Les publicités lumineuses, mobiles, motorisées, numériques, défilantes risquent de défigurer le paysage. Toute forme de publicité crée une pollution visuelle.

Réponse Mairie : D'où la nécessité de la réglementer.

2°) La publicité n'est pas philanthropique et ne répond qu'à des intérêts privés, d'où des risques :

- moraux pour les mineurs
- de surendettement
- d'augmentation des déchets dus à l'affichage
- d'augmentation de consommation d'énergie (éclairage)
- pour la sécurité routière.

Réponse Mairie : D'où la nécessité de la réglementer.

B) Propositions

1°) **Publicité numérique :**

Interdiction totale car elle entraîne :

- L'inattention routière.

- Une pollution visuelle et lumineuse.
 - Une discordance par rapport à la transition écologique.
- Pour mémoire, Paris a supprimé ces dispositifs depuis 10 ans.

Réponse Mairie : Nous proposons la suppression du format numérique.

Réponse du C-E : Suppression souhaitable et bienvenue.

2°) Publicité lumineuse :

La limiter au maximum pour les mêmes motifs que précédemment, par exemple :

Extinction l'hiver de 20 h à 8 h et l'été de 21 h à 7 h.

Réponse Mairie : Intégration de cette règle 21 h/ 7 h pour la publicité. Volonté d'uniformité, il n'y aura pas d'adaptation sur certains mois de l'année.

Réponse du C-E : déjà exprimée précédemment sur ce sujet

3°) Les abribus :

- Leur fonction primaire est non publicitaire et consiste en l'abri et le support d'informations pour les voyageurs, d'où :
- Pas de publicité défilante ou numérique .

Réponse Mairie : Sera défini dans le cas du cadre du contrat de Mobilier Urbain.

- Une face réservée à la ville.

Réponse Mairie : Sera défini dans le cadre du contrat de Mobilier Urbain.

Réponse du C-E : déjà formulée précédemment sur les risques de pression des fournisseurs de M.U.

4°) Enseignes :

- Limitation de leurs dimensions maximales sur façades.
- Les enseignes scellées au sol et les oriflammes ne sont autorisées que si l'établissement concerné n'est pas visible du domaine public.
- Leur nombre est limité à une par établissement.

Réponse Mairie : Ces dispositions sont déjà prévues.

5°) Panneaux fixés au sol :

- Ne sont autorisés qu'en dehors des secteurs d'habitation.
- De hauteur maximale de 2 m et d'une surface maximale de 2 m².
- Nombre limité à un seul par parcelle de propriété.

Réponse Mairie : Non pris en compte. Des règles d'implantation sont prévues : 1 dispositif par parcelle, minimum de 60 m linéaires de façade,...et permettront de limiter très fortement les implantations.

Réponse du C-E : Réponse rationnelle de la mairie car beaucoup plus précise que celle de l'administré, les longueurs des façades étant fort diverses ; de plus, cela conforte les souhaits de M. Michel Robert.

4.2. M. Olivier Pelletier (par courriel) :

Observations : protestations contre :

A) Le plan de zonage :

- Il manque de clarté (grossissement insuffisant).
- Il établit une distinction sociale entre anciens et nouveaux quartiers.

Réponse Mairie : un plan de plus haute clarté visuelle sera à disposition.

Réponse du C-E : Il est à la fois regrettable et inévitable que les disparités entre les règles gérant les zones ZPR 1 et ZPR 2 qui sont essentiellement prévues pour la protection du patrimoine du SPR puissent être considérées comme une distinction sociale péjorative pour les nouveaux quartiers ; une plus grande harmonisation de ces règles dans le sens de la restriction des dispositifs publicitaires en ZPR 2, notamment dans la réduction des dimensions des supports pourrait être souhaitable.

B) Le Mobilier Urbain

- **P. 11** Art. 2 : Autorisation de la publicité sur tous supports de mobilier urbain, d'où plus aucune protection des zones AVAP ou des monuments.

Réponse Mairie : Modification des supports prévus en ZPR 1, les grands formats seront interdits ; demeurera la publicité sur les abris pour voyageurs, les sucettes de 2 m² ainsi que les kiosques et les colonnes Morris.

Réponse du C-E : Excellente disposition municipale.

C) Publicité numérique

Elle est autorisée en opposition à toutes les demandes de réduction de consommation d'énergie. L'interdire est de raison.

Réponse Mairie : suppression du format, la publicité numérique ne sera pas introduite.

Réponse du C-E : Ce sont d'excellentes décisions.

4.3. M. Pierre-Henri BAZIN (par courriel)

1°) Il y a un flou dans le règlement sur ce que comprend les bords de Seine, certains quais sont cités d'autres non, et le document graphique est de mauvaise qualité.

Réponse Mairie :

- L'ensemble des quais sera interdit à la publicité hors mobilier urbain.

- Il sera ajouté les noms : Quai de la Reine Blanche, Quai de la Courtille, Promenade de Vaux. Tout le foncier bordant les quais sera interdit à la publicité, hors mobilier urbain.

Le document cartographique sera revu et proposé en haute qualité.

Réponse du C-E : Ces précisions sont bienvenues en espérant que le mobilier urbain ne sera pas hypertrophié sous la pression des professionnels.

2°) Le zonage ZPR2 protège moins les populations de la publicité que le zonage ZPR1. Si l'aspect "centre historique" et patrimoine peut s'entendre, l'extension du zonage ZPR1 au nouveau quartier de la plaine de Montaigu et au site de l'ancien hôpital psychiatrique n'est pas sérieusement argumentée. En effet le "renouveau urbain" avancé (p.41 du rapport de présentation) concerne une large partie des Hauts de Melun, dans le cadre des programmes de rénovation urbains menés depuis des années. Or les quartiers correspondants restent en ZPR2, ce qui constitue une injustice sociale flagrante, qui n'est absolument pas analysée, et qui est d'autant plus importante que ces quartiers hébergent des populations qui peuvent cumuler d'importantes difficultés sociales, et devraient être protégées de la publicité. La ville n'est pas qu'un ensemble de bâtiments et de voiries, elle est aussi constituée des personnes qui y vivent, et la ville de Melun est loin d'être homogène socialement.

Réponse Mairie : Les règles sont plus contraignantes qu'en 1993, réduisant davantage les panneaux pouvant s'implanter.

Les conditions d'implantation sont nombreuses.

Réponse du C-E sur les distinctions des règles en ZPR 1 et ZPR 2 déjà données (réponse à M. Michel Robert).

3°) La publicité apporte essentiellement des nuisances (esthétiques, morales, environnementales), avec un impact local à Melun plutôt faible sur le dynamisme économique du cœur d'agglomération.

Ces nuisances ne sont donc tolérées que dans la mesure où elles apportent des ressources financières à la ville. Il n'y a aucun élément financier (historique, perspectives, lien avec les contrats sur le mobilier urbain) dans le dossier d'enquête publique, qui permette de juger s'il est nécessaire de garder la publicité dans la ville. C'est un grave manquement dans ce dossier.

Réponse Mairie : Un règlement régleme les dispositifs. Il y a réduction importante du nombre de dispositifs actuellement en place sur la commune. Le reste est hors sujet. Les considérations financières sont exclues du sujet.

4°) L'extinction des enseignes et autres dispositifs lumineux devrait correspondre à l'heure de fermeture des magasins, dans un souci de diminution de la pollution lumineuse et de réduction de la consommation d'énergie.

Réponse Mairie : Maintien de l'extinction de 23 h à 6 h pour maintenir la visibilité des commerces. Les établissements qui le souhaitent pourront bien évidemment éteindre les dispositifs à l'heure de fermeture.

Réponse du C-E : Les commerces ayant une activité nocturne officiellement déclarée pourront toutefois rester éclairés durant cette période.

5°) Il n'y a aucun bilan du précédent RLP en matière de contrôle, si bien qu'il est difficile de juger si la compétence de police du maire est actuellement correctement utilisée, et si le projet de RLP présenté sera respecté.

Réponse Mairie : Passage de 360 panneaux avant 1993 à environ 80 panneaux après 1993. Le reste est hors sujet.

Réponse du C-E : Cette importante réduction constitue déjà un très appréciable progrès.

4.4. Dépôts d'écrits sur le registre d'enquête

Mercredi 13 Novembre 2019 : *2^{ème} Permanence du C-E.*

4.4.1. M. Amaury Chevallier (*Maison de la Literie* en ZPR3) :

« Venu pour prise de connaissance du RLP et voir les possibles impacts sur notre magasin. »

4.4.2. Résidente (*voulant rester anonyme*) de la rue du Pr Despatys :

« Je m'interroge sur l'action de la municipalité concernant l'affichage "sauvage" que pratique la société DSM notamment au n° 17 de ladite rue, entre autres, et cela va crescendo. »

AUCUNE AUTRE INSCRIPTION SUR LE REGISTRE

TROISIÈME PARTIE

CONCLUSIONS ET AVIS MOTIVÉ DU COMMISSAIRE-ENQUÊTEUR

Le Commissaire-Enquêteur soussigné :

Michel Vayssière :

* Ayant été désigné pour mener l'enquête publique relative au Règlement Local de Publicité de la ville de MELUN à la suite de la Décision N° E19000118/77 du 1^{er} août 2020 émise par Mme la Vice-Présidente du Tribunal Administratif de Melun et de l'Arrêté Municipal N° 2019-1198 édicté par M. le Maire de MELUN

* Ayant procédé à la rédaction du rapport d'enquête publique après étude du dossier du projet du Règlement Local de Publicité et de diverses pièces, notamment les avis des services de la Préfecture,

Est amené aux conclusions suivantes :

A) Sur la forme et la procédure de l'enquête :

* Ayant tenu avec les responsables du service Commerce et Urbanisme Commercial une réunion d'information préalable à l'ouverture de l'enquête,

* Ayant pris connaissance du projet, verbalement et par son dossier,

* Ayant constaté la réalité et la conformité des éléments de la publicité par affichage et voie de presse de l'Arrêté Municipal précité,

- * Ayant paraphé les pages du registre d'enquête publique,
- * Ayant personnellement assuré les six permanences de trois heures prévues, à la Mairie de la commune de Melun, aux jours et heures fixés et reçu les visiteurs,
- * Ayant pris connaissance et étudié les observations et demandes déposées sur le registre et les courriers et courriels annexés.
- * Ayant procédé à la clôture de l'enquête.
- * Ayant tenu réglementairement avec les responsables du service Commerce et Urbanisme Commercial une réunion d'analyse générale postérieure à la clôture de l'enquête,

*conclut à la régularité formelle et procédurale
de l'Enquête Publique concernée ;*

B) Sur le dossier proprement dit du projet de Règlement Local de Publicité

Ayant constaté que cet ensemble de documents d'environ 92 pages au total complété par des annexes :

- * Représente un travail bien construit en accord avec la loi dite Grenelle 2 complétée par le décret N° 2012-118 du 30 janvier 2012 établissant le Règlement National de Publicité (RNP) et définissant le Règlement Local de Publicité ainsi qu'avec les articles de loi et de règlement relatifs au sujet dans le Code de l'Environnement et dans le Code de l'Urbanisme,

* A fait l'objet de réunions : concertation publique réglementaire, associations environnementales, professionnelles (commerçants, publicitaires) et recueilli les avis de l'Architecte des Bâtiments de France, des Personnes publiques Associées et du public en en ayant souvent tenu compte dans le texte du projet final,

* Correspond très vraisemblablement aux besoins de la commune en la matière pour plusieurs décennies à venir,

conclut au caractère complet de ce rapport et à sa conformité légale et réglementaire ainsi qu'à l'absence de nuisances supplémentaires apportées à l'environnement urbain par le projet de règlement local de publicité en raison de la diminution en taille, en nombre et en nature des emplacements des supports par rapport au précédent RLP

C) Et considère, dans les conditions par lui examinées

que, pour ce qui le concerne,

il émet pour le projet de Règlement Local de Publicité de la commune de MELUN

un avis favorable sans aucune réserve

Le Commissaire-Enquêteur

Michel Vayssière

Fait à Fontainebleau, le 3 janvier 2020

QUATRIÈME PARTIE

ANNEXES