



RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ DE MELUN

- Rapport de Présentation – *Document approuvé en date du*



PREAMBULE

1. LE CADRE : QU'EST-CE QU'UN RLP ET LES LOIS DE CADRAGE

La loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a modifié en profondeur la réglementation de la publicité extérieure, des enseignes et des préenseignes.

Tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie, ainsi que le bon exercice de l'activité des opérateurs économiques du secteur concerné, la réforme prévoit la limitation et l'encadrement de l'affichage publicitaire et des enseignes avec pour enjeux majeurs :

- L'amélioration de la qualité du cadre de vie ;
- La réduction de la pollution visuelle ;
- La mise en valeur du paysage et du patrimoine culturel ;
- La réduction des consommations énergétiques.

Le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 portant règlement national de la publicité extérieure, des enseignes et des préenseignes apporte les précisions nécessaires à la mise en œuvre de cette réforme.

Expression du projet de la commune en matière de publicité, les règlements locaux de publicité, nés de ce nouveau cadre législatif qui s'impose aux collectivités, sont de véritables outils opérationnels au service de ces dernières, des particuliers, des artisans-commerçants, des professionnels de l'affichage et de toute autre personne qui s'y réfèrent.

Les procédures d'élaboration, révision ou modification des règlements locaux de publicité sont identiques à celles des plans locaux d'urbanisme et sont définies par le Code de l'Urbanisme, à l'exception des dispositions relatives à la procédure de modification simplifiée qui n'est pas encadrée pour les règlements locaux de publicité.

Ils sont annexés au Plan Local d'Urbanisme et s'affirment de la sorte comme **un document opposable**. Ainsi, l'absence de conformité aux règles qui en découlent est soumise à une procédure d'infraction donnant lieu à des sanctions.

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est soumise à minima aux dispositions définies par le règlement national issues du décret 2012-118 du 30 janvier 2012 dites RNP, applicables depuis le 1er juillet 2012.

Chaque collectivité est susceptible en revanche d'adopter des dispositions plus restrictives, notamment sur les points suivants en adoptant des dispositions en faveur :

- de la réduction globale des formats des dispositifs publicitaires afin de se conformer aux normes établies au niveau national,
- de l'introduction d'une règle de densité, de surface, de hauteur et d'entretien, de types de dispositifs autorisés, d'utilisation du mobilier urbain,
- d'un meilleur équilibre de la pression publicitaire particulièrement visible aux entrées de ville et axes de circulation routiers importants,
- de l'extinction des dispositifs lumineux (sauf cas dérogatoires) et l'introduction d'un seuil de luminance maximale admise afin d'augmenter la sobriété énergétique, de réduire les nuisances visuelles et de participer à minimiser l'impact écologique,
- de la création d'un régime d'autorisation pour les bâches et les dispositifs temporaires de grands formats apposés lors d'événements exceptionnels dans un but de promouvoir l'intérêt culturel, patrimonial, ainsi que l'attractivité de la commune,
- d'un encadrement raisonné des enseignes,
- d'anticiper le fleurissement des dispositifs de préenseignes (qui avaient été supprimées par la loi du 13 juillet 2015),
- de l'intégration réfléchie des outils numériques sur le mobilier urbain.

Parallèlement, la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine implique de réviser les règlements locaux de publicité.

2. LES PRINCIPALES ETAPES DE LA PROCEDURE

Depuis la loi du 12 juillet 2010, la procédure d'élaboration, de révision ou de modification d'un RLP est calquée sur celle du PLU. Comme il a été indiqué, la Commune de Melun étant compétente en matière de PLU, elle l'est donc en matière de RLP. La procédure de révision de son règlement de publicité est placée sous l'autorité du maire.

La délibération prescrivant la révision du règlement de publicité du 12 avril 2018 a défini les modalités de la concertation qui aura lieu pendant toutes les étapes de la révision du RLP (Art. L.123-6 du code de l'urbanisme). Celles-ci devront revêtir la forme suivante :

- Mise à disposition du public à l'Hôtel de Ville 16 rue Paul Doumer – Service Commerce – d'un dossier de concertation destiné à la présentation du RLP et de la démarche de révision, et d'un registre d'observation voué à recueillir les remarques et propositions de la population et des acteurs locaux.
- Utilisation de différents supports d'information et moyens de communication : information auprès de la presse locale, dans le magazine municipal et sur le site internet de la Ville de Melun.
- Organisation d'une réunion publique destinée aux habitants.
- Organisation d'une réunion publique destinée aux professionnels compétents en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes.

Cette délibération a été notifiée aux Personnes Publiques Associées (PPA) le Préfet a transmis à la collectivité le porter-à-connaissance qui synthétise les recommandations de l'État pour le projet.

Un débat sur les orientations a été organisé le 11 avril 2019, soit deux mois au moins avant son arrêt. A l'appui de la délibération arrêtant le projet, un bilan de la concertation a été établi. Ce projet est ensuite soumis pour avis aux PPA ainsi qu'à la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites (CDNPS). A la suite de quoi, le projet, objet d'une enquête publique et éventuellement de modifications mineures pour tenir compte des résultats de l'enquête et des avis exprimés, est alors définitivement approuvé par le Conseil Municipal.

Après l'accomplissement des mesures de publicité exigées par la réglementation et sa transmission au Préfet au titre du contrôle de légalité, le RLP entre en vigueur. Le RLP est d'application immédiate pour les publicités et les enseignes qui s'implanteront, ou qui seront modifiées postérieurement à son entrée en vigueur. En revanche, il sera exécutoire pour les publicités (et les préenseignes) implantées antérieurement à son entrée en vigueur deux ans plus tard (art. R.581-88 du Code de l'Environnement) et six ans plus tard pour les enseignes (art. L.581-43 du Code de l'Environnement). Les dispositifs non conformes au RNP ou au RLP actuel ne disposent d'aucun délai.

3. LES ELEMENTS CONSTITUTIFS DU RLP

Le Règlement Local de Publicité comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes. Il peut en outre comporter d'autres éléments permettant la compréhension du règlement tels que des schémas explicatifs, un lexique, etc.

Le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic présentant l'état actuel de la publicité extérieure, à savoir la publicité, les préenseignes et les enseignes sur le territoire, en mesurant son impact sur le cadre de vie et en analysant sa conformité au RNP et au RLP. Il identifie également les enjeux architecturaux et paysagers, les lieux sous forte pression publicitaire et les espaces nécessitant, du point de vue de la publicité et/ou des enseignes, un traitement spécifique. Le rapport définit les orientations et objectifs en matière de publicité et d'enseignes liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés. Il présente les choix généraux ou spécifiques à chaque espace identifié.

La partie réglementaire comprend les prescriptions applicables sur le territoire couvert par le RLP. En principe, qu'elles soient générales ou spécifiques aux zones identifiées par le RLP, ces prescriptions sont plus restrictives que les dispositions du RNP applicables à la commune.

Les annexes sont constituées des documents graphiques matérialisant les différentes zones ou, le cas échéant, les périmètres (secteurs hors agglomération situés à proximité immédiate de centres commerciaux exclusifs de toute habitation, art. L.581-7 du Code de l'Environnement) identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. A ceci s'ajoutent les arrêtés municipaux fixant les limites du territoire aggloméré.

4. LES LIMITES D'AGGLOMERATION

La réglementation de la publicité est construite sur l'opposition « en agglomération/hors agglomération ». En effet, par principe la publicité est admise en agglomération, tandis qu'elle est interdite hors agglomération. Cela conduit donc à déterminer avec précision les limites de l'agglomération. L'importance de ce point est renforcée par l'obligation d'annexer au futur RLP l'arrêté municipal fixant lesdites limites.

L'agglomération est définie par l'article R.110-2 du Code de la Route comme un secteur où sont implantés des immeubles bâtis rapprochés et signalés par des panneaux d'entrée et de sortie.

5. DEMARCHE COMMUNALE

L'obsolescence du Règlement Local de Publicité de la commune de Melun en vigueur (RLP instauré en 1993) ainsi que les évolutions législatives et réglementaires, urbanistiques, commerciales et démographiques, ont conduit son Conseil Municipal à prescrire, par délibération en date du 12 avril 2018, la révision de sa réglementation. **Il s'agit de faire coïncider les enjeux patrimoniaux et l'attractivité économique du territoire afin de répondre aux intérêts communs de valorisation de ses atouts pour asseoir une véritable dynamique commerciale.**

La loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a procédé à une nouvelle répartition des compétences d'instruction et de police concernant l'affichage publicitaire.

Les communes couvertes par un RLP sont compétentes pour :

- Instruire les demandes y compris concernant les bâches et dispositifs temporaires de dimension exceptionnelle ;
- Assurer le pourvoir de police ;
- Agir au nom du Maire.

Pour les communes non couvertes par un RLP, il appartient au Préfet de département de se substituer au Maire en matière de police.

L'élaboration du nouveau RLP de Melun répond à des enjeux généraux et spécifiques à savoir :

- Adapter le Règlement National aux spécificités du territoire en respectant les nouvelles obligations de la loi ENE de 2010 et solutionner l'insécurité des dispositifs en place dans le périmètre du Site Patrimonial Remarquable (SPR) ;

- Adopter des dispositions plus restrictives que le Règlement National tout particulièrement en matière de dispositifs publicitaires pour répondre aux caractéristiques du tissu local (les lieux d'activités économiques, lieux à vocation mixte, lieux résidentiels ne sont pas soumis aux mêmes pressions en matière d'affichage publicitaire) ;
- Harmoniser et intégrer visuellement les dispositifs d'enseignes et de publicité en visant une dimension visuelle qualitative à chaque fois que l'environnement paysager et patrimonial le justifie (les axes arborés, les espaces publics ou certains fronts bâtis font l'objet d'une politique de préservation forte) ;
- La maîtrise et la réappropriation du mobilier urbain comme support de publicité servant l'information locale ;
- Intégrer de nouveaux outils (numériques, bornes interactives, bâches temporaires) au service d'une communication et d'une information dans l'intérêt de la dynamique du territoire.

PARTIE I

-

DIAGNOSTIC TERRITORIAL



Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018

Le présent rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic territorial permettant de dégager les objectifs et orientations du RLP révisé. Il en explique et justifie les choix au regard des forts enjeux environnementaux, architecturaux ou paysagers à la volonté d'harmoniser la règlementation à l'échelle du territoire communal.

1. LE CONTEXTE TERRITORIAL

Melun est située au cœur de la Communauté d'Agglomération Melun Val de Seine. Elle se positionne à l'ouest du département de la Seine et Marne, à la limite avec l'Essonne et du Val-de-Marne, à 41 km au sud-est de Paris. La Commune s'étend sur 804 hectares. Elle détient une position stratégique au cœur de l'agglomération parisienne et du reste du Bassin Parisien.

L'influence de Melun sur les territoires périphériques en limite de l'agglomération melunaise est marquée par :

- la présence d'axes majeurs de circulation qui desservent la ville préfecture :
 - Au nord : l'autoroute A5, les départementales RD 605, RD 606, RD 346 RD 471 et RD 636 ;
 - Au sud : la départementale RD 606
- l'importance des zones d'équipements, d'activités ou commerciales (Champ de Foire, Butte Beauregard, parc d'activités **Vaux-le-Pénil / Melun Val de Seine**) ;
- le développement de projets d'aménagement d'envergure (Eco Quartier « Woodi », quartier des Mezereaux, le quartier de la Gare).

La ville de Melun comptait 39 914 habitants en 2015. Elle est la troisième ville du département derrière Chelles et Meaux. Melun regroupe à elle seule plus d'un tiers de la population des 20 communes de la communauté d'agglomération. La densité de sa population atteignait 4 964 habitants/km² en 2015, faisant de Melun une des villes les plus denses de Seine-et-Marne.



Ville de Melun

1.1 Le grand paysage

La ville de Melun s'est construite sur les berges de la Seine, à l'intérieur de ses méandres. La boucle de la Seine permet à la ville de disposer des berges du fleuve, ainsi que de l'île centrale dite Île Saint Etienne qui a de tous temps facilité le franchissement du fleuve. Elle bénéficie également de la présence d'un affluent, l'Almont, cours d'eau traversant Melun du nord-est à la Seine.

Le territoire de Melun appartient au sous bassin de la Seine en amont de Paris. La Seine traverse la ville sur environ 2300 mètres de linéaire dont 2600 mètres de berges pour la rive droite et 3500 pour la rive gauche. L'île Saint-Étienne est bordée par deux bras, le bras dit « mort » au nord et le principal au sud.

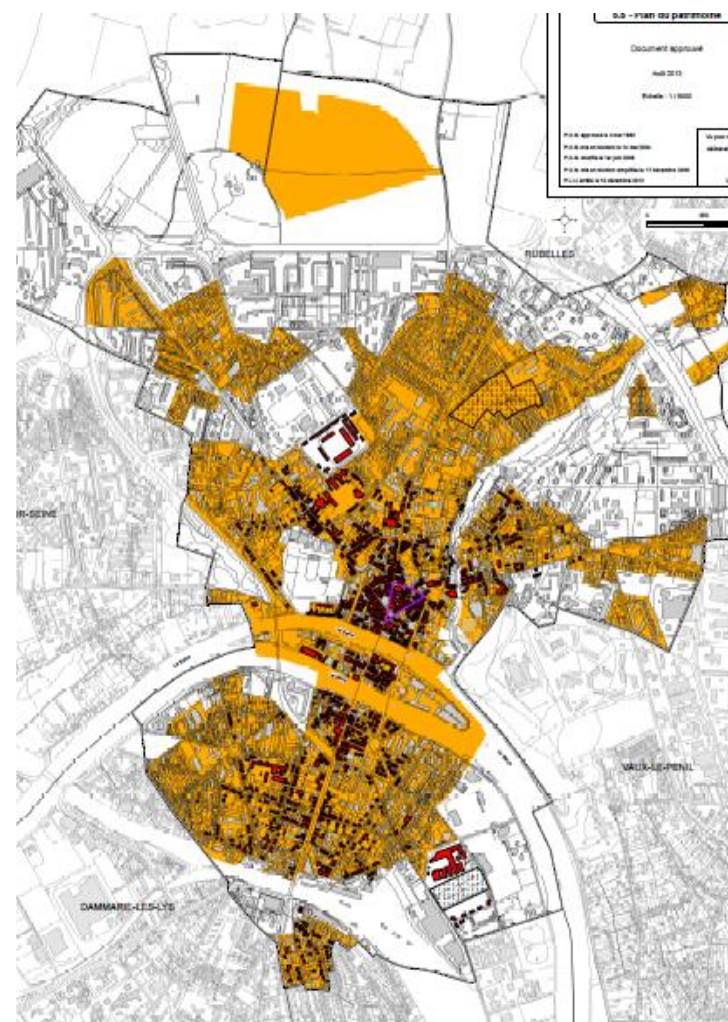
Comme toute ville ancienne, Melun est un empilement de strates dont les empreintes témoignent de la pérennité de la ville au-delà de ses contractions et dilatations, reflets des vicissitudes de l'histoire :

- Epoque gallo-romaine dont les rues Saint-Barthélemy et l'actuelle rue Saint-Liesne forment un héritage prégnant
- Période médiévale
- L'ancien régime, dont les modifications des points de franchissement (portes, ponts, carrefours), opérées à la fin du XVIIIème siècle attestent d'un besoin de s'affranchir des contraintes de ses remparts. La disparition de cette « barrière » consacra l'avènement des boulevards, des promenades, de places ou jardins (boulevard Victor-Hugo, boulevard Gambetta, Pré Chamblain, place de la porte de Paris, place Saint-Jean, jardin de la Mairie...).
- Le XIXème siècle et l'arrivée du chemin de fer, passant par l'implantation de la gare donnèrent une nouvelle orientation au développement de la Ville.
- La dernière période d'urbanisation (1945-1995) est globalement contenue à l'intérieur du périmètre de la rocade et de la voie ferrée, obstacles constituant de nouvelles barrières.

1.2 Le patrimoine historique et naturel

Historiquement, la Ville de Melun s'est engagée dans la préservation de son patrimoine avec différents outils :

En juin 2002 une Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager (ZPPAUP) a permis de répertorier des espaces paysagers de qualité, des secteurs boisés à protéger, des plantations d'alignement à sauvegarder, des espaces publics de qualité, des perspectives et axes de composition, des grilles ou murs de clôture protégés significatifs, des monuments et/ou bâtiments historiques.



Plan du Patrimoine annexé au Plan Local d'Urbanisme adopté le 5 septembre 2013

Héritage du passé, le tissu urbain de Melun compte aujourd'hui un certain nombre de bâtiments d'intérêt architectural faisant partie du patrimoine collectif et participant à l'identité de la ville : Eglise Notre Dame en 1840, Eglise Saint-Aspais le 21 février 1914, ancienne Eglise Saint-Barthélemy , ancienne Abbaye de Saint-Père , ancien prieuré Saint-Sauveur, ancien hôtel de la Vicomté actuellement à vocation de musée, les immeubles au 5, rue du Lin et 1, rue du Presbytère, l'ancien Couvent des Récollets...etc. **Ainsi la Ville de Melun est dotée d'une richesse patrimoniale comme en témoigne la liste importante de bâtiments ou séquences urbaines protégés.**



*Eglise Saint-Aspais – Rue Saint-Aspais
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Eglise Saint-Barthélemy – Rue Saint Barthélémy
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Prieuré Saint Sauveur – Rue Saint-Etienne
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*

On recense 9 « Sites classés » et des « Sites inscrits » :

- Parc Debreuil, le 15 septembre 1980 ;
- Préfecture, Jardins et abords, le 3 mars 1947 ;
- Pré Chamblain et ses plantations, le 19 avril 1947
- Hôtel de Ville et son jardin, le 19 avril 1947 ;
- Rives de l'Almont, le 19 avril 1947 ;
- Le château de Vaux-le-Pénil, son parc et ses abords, le 19 avril 1947 ;
- Rives de la Seine, le 19 avril 1947 ;
- Propriété Dubreuille (Arboretum), 16 juin 1946 ;
- Boulevard Chamblain et ses plantations, le 19 avril 1947.

En SPR, et aux abords des Monuments Historiques (définis par un périmètre de 500m de co-visibilité) et dans les 7 sites inscrits, l'interdiction relative à la publicité peut être assouplie s'agissant des 5 types de mobiliers urbains publicitaires et pour les chevalets publicitaires.

La Ville de Melun bénéficie de la proximité de la forêt de Bréviande à l'ouest et de la forêt de Fontainebleau au sud du territoire, espace forestier remarquable classé Natura 2000 et réserve de Biosphère par l'Unesco.

La Ville de Melun est située sur la trame verte de l'agglomération parisienne, disposant d'une position importante dans la préservation des espaces verts de l'agglomération.

Melun dispose de la présence d'espaces verts et paysagers à préserver, d'espaces boisés classés et d'espaces naturels sensibles. Ce sont des îlots fragmentés implantés notamment aux limites nord de la commune et à l'ouest de la plaine de Montaignu. Concernant les espaces boisés, ils sont clairsemés de clairières agricoles ouvertes.



*Extrait - Plan des Espaces Verts Protégés
annexé au Plan Local d'Urbanisme adopté le 5 septembre 2013*



*Extrait - Plan des Espaces Verts Protégés
annexé au Plan Local d'Urbanisme adopté le 5 septembre 2013*

Les nombreux parcs municipaux (parc Faucigny-Lucinge, Spelthorne, de la Mairie), squares (Notre-Dame sur l'île Saint-Etienne) ainsi que les promenades plantées sur la rive droite et sur l'île Saint Etienne, sont d'une qualité indéniable participant à la richesse de ce patrimoine naturel.

L'organisation urbaine de la Ville est directement issue de cette longue histoire dont elle conserve la mémoire. Aujourd'hui, elle s'exprime sur le terrain au travers de plusieurs éléments :

- un réseau de voies et une structure parcellaire,
- un tissu bâti à la morphologie très typée, caractéristique de son époque de construction,
- des édifices publics qui, au-delà de leur fonction, constituent autant de ponctuations et de repères dans l'espace urbanisé.

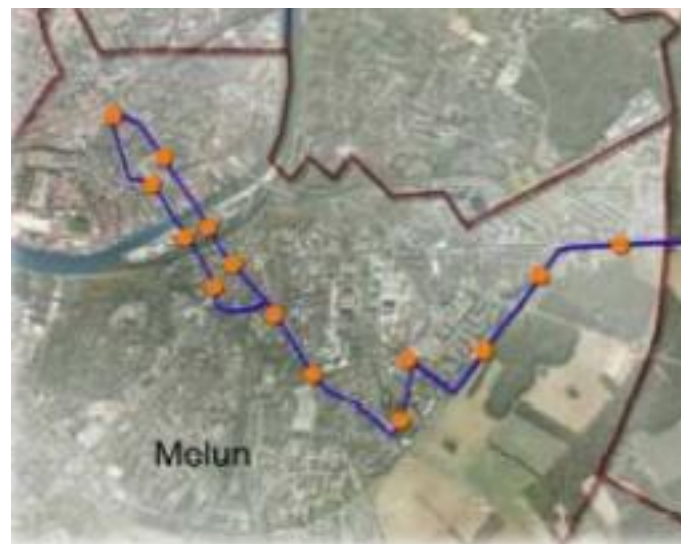
Les choix retenus dans le zonage et les dispositions spécifiques prises par le RLP ont vocation à tenir compte des caractéristiques propres à la Ville de Melun que sont : son histoire, sa géographie, son patrimoine et son environnement ainsi que les évolutions de sa population.

1.3 Les déplacements, l’empreinte visuelle des axes de circulation

L’ensemble des interventions sur les axes de circulations entrants, sortants ou encadrants le territoire de Melun participe aux choix du développement de la commune. Le boulevard en périphérie dessine progressivement les limites de l’expansion urbaine.

La mise en place d’une politique active favorisant et valorisant l’usage des déplacements doux à travers l’aménagement des voies, la présence d’un maillage de lignes de bus ou encore les obligations de réserver des espaces aux nouvelles pratiques de déplacements dans les programmes immobiliers sont autant de mesures qui freinent l’expansion de la voiture individuelle, ralentissent les vitesses de circulation et incitent à aborder le tissu urbain différemment à travers l’expérience de la promenade.

L’arrivée du TZEN2 (Bus à Haut Niveau de Service) permettra également de redonner de la compétitivité aux modes alternatifs de déplacements tout en assurant à la Commune une nouvelle attractivité.



PLU Ville de Melun

Bien que la voiture reste le mode de déplacement majoritaire à Melun (+ de 50% des usages d’après les dernières sources 2011 produites par le STIF), la Ville de Melun développe une politique active en matière de déplacements doux pour en réduire l’usage (transport en commun, piste cyclable, ...)

Les usages de déplacements différenciés de la population Melunaise permettent d'adopter une stratégie dans la diffusion du message publicitaire prenant en compte la vitesse à laquelle le message peut être lu. Automobilistes, piétons, usagers des modes doux de circulation ou des transports en commun intra-muros, le paysage n'offre pas le même potentiel selon sa capacité à être perçu.

2. L'ACTIVITE ECONOMIQUE

2.1 Démographie et population active

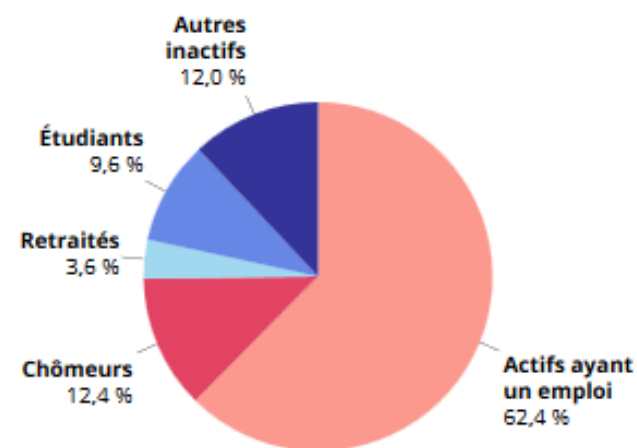
Le territoire de Melun a connu une baisse de sa population dans les années 80. Cependant, depuis 20 ans la Commune de Melun connaît une augmentation continue de sa population et accueille des programmes d'habitat qui ciblent en priorité les jeunes ménages.

	1968	1975	1982	1990	1999	2010	2015
Population	34 524	37 712	35 005	35 319	35 695	39 589	39 914
Densité moyenne (hab/km ²)	4 294	4 690	4353	4392	4 439	4 924	4 964

Insee, RP2015 exploitation principale géographie du 01/01/2017

De plus, la population melunaise est relativement jeune puisque les 15-44 ans représentaient plus de 45 % de la population en 2015. Enfin, la médiane du revenu disponible par unité de consommation était de 17 775 € en 2015.

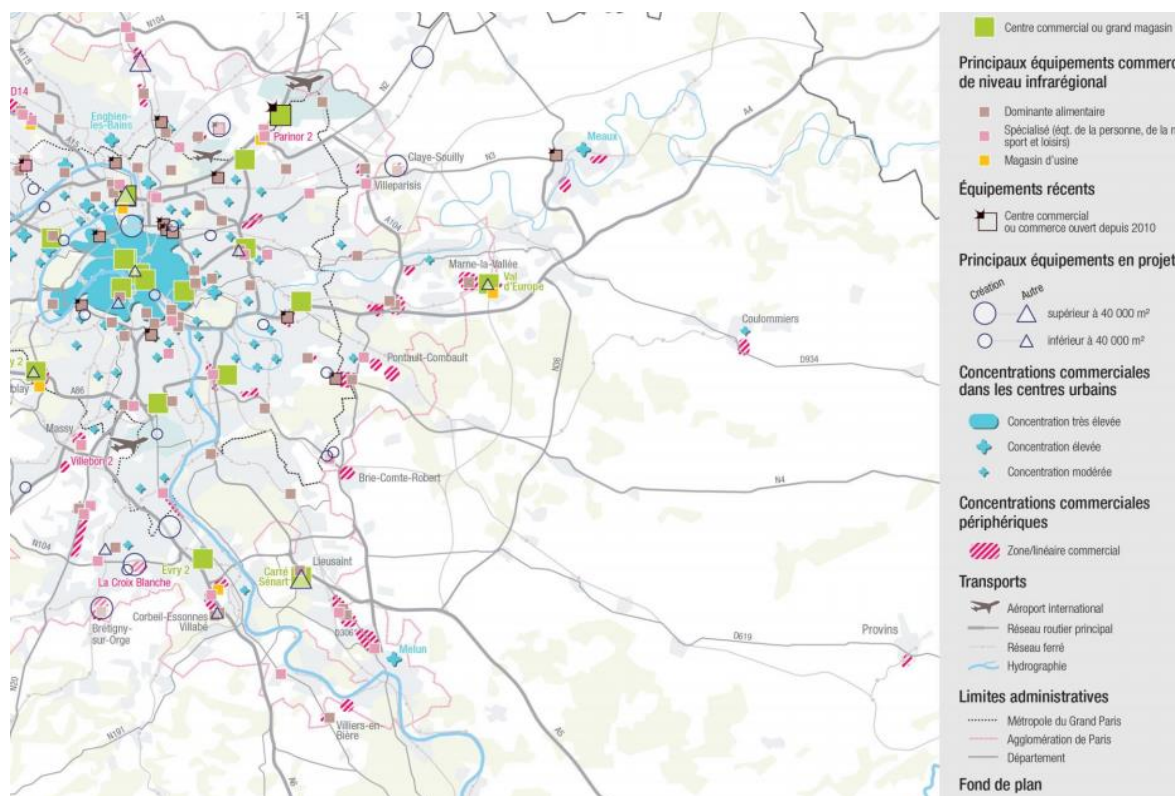
EMP G1 - Population de 15 à 64 ans par type d'activité en 2015



Insee, RP2015 exploitation principale géographie du 01/01/2017

Plus les flux de circulation sont circonscrits au périmètre de l'agglomération, plus la manière de diffuser l'information, et donc de réglementer les moyens de cette dernière, font sens pour faire cohabiter avec modération les supports sur lesquels elle est appelée à reposer. Même si la Ville de Melun représente la ville Préfecture du département et concentre une part importante de la population de l'agglomération, il est nécessaire d'établir un équilibre entre l'implantation des dispositifs et la préservation du cadre de vie.

2.2 Tissu économique



Extrait de CARTOGRAPHIES DU COMMERCE EN ÎLE-DE-FRANCE IAU - Situation, tendances récentes et perspectives
Septembre 2017

A proximité immédiate les grands centres commerciaux :

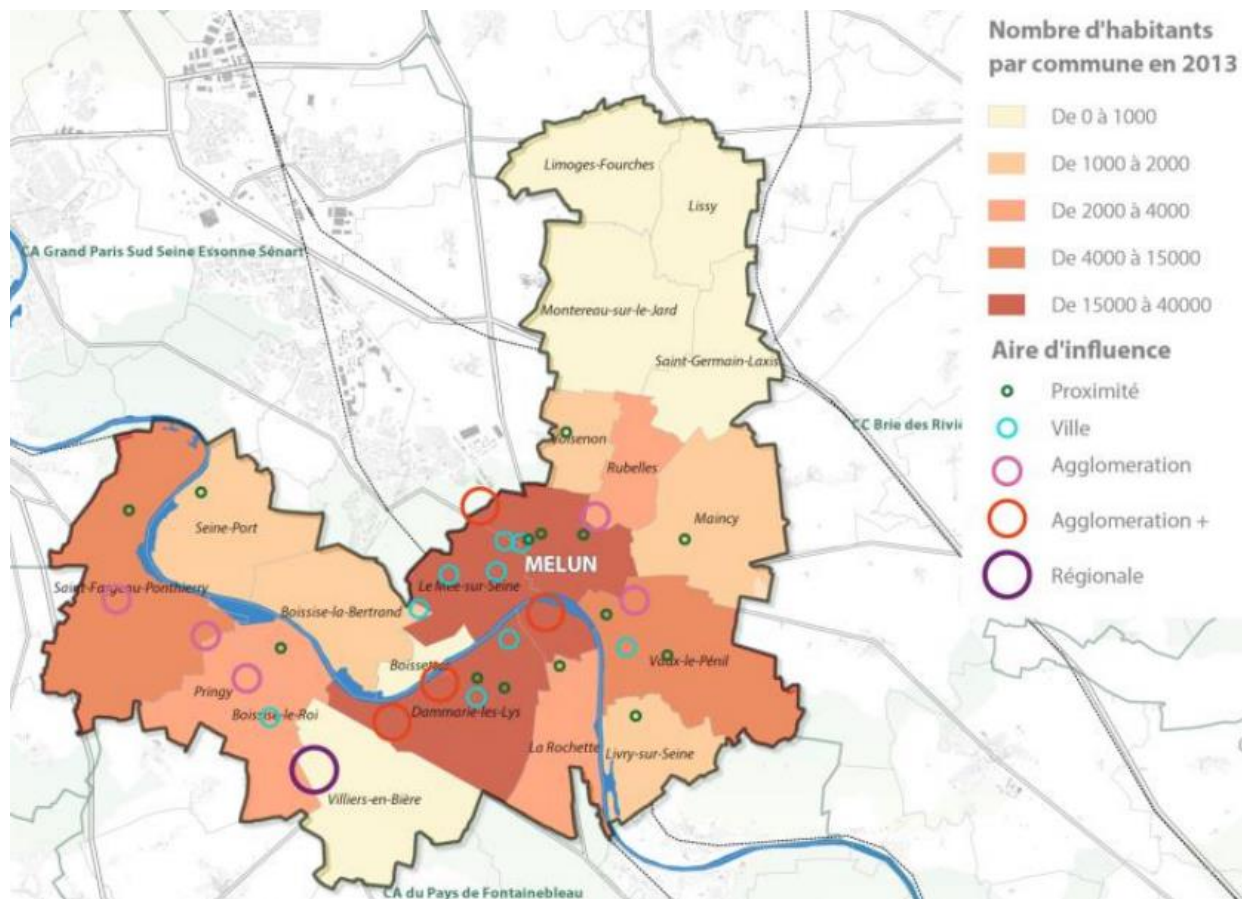
- Carré Sénart
- Evry 2
- Boissenart
- Villiers en Bière

A des distances plus éloignées mais avec un pouvoir d'attractivité élevée en dehors des bassins de vie :

- Marne la Vallée – Chessy
- La Croix Blanche
- Velizy 2
- Paris
- Evry

Au-delà du bassin d'attractivité commerciale de la Communauté d'Agglomération Melun Val de Seine, il est intéressant de visualiser dans quel environnement réel plus vaste se joue la concurrence avec le tissu commercial de proximité.

Sur le territoire de la CAMVS, on note des polarités secondaires fortes, mais avec un centre-ville melunais clairement identifié comme une aire d'influence importante en raison de la densité de sa diversité d'offres commerciales.



Extrait de la cartographie des polarités commerciales et économique sur le territoire de la CAMVS en 2013

Il est essentiel de comprendre la dynamique commerciale de la Ville de Melun et appréhender en quoi les dispositions adoptées au RLP rendent compte d'une perspective de soutien axé prioritairement sur l'attractivité du tissu commercial. De même, il est important de s'interroger sur le potentiel des secteurs économiques voisins qui drainent également de la clientèle.

L'enjeu de préserver le cœur de Ville d'une pollution visuelle, et par extension l'agglomération de Melun, en faisant le choix de restreindre la publicité et les enseignes par leur nombre, leur taille, et exiger parallèlement une plus grande attention à leur qualité, rend compte d'une envie de créer un cadre de vie capable de capter mais aussi de fidéliser la clientèle.

Les pôles commerciaux périphériques et les pôles intermédiaires bénéficient d'une bonne accessibilité routière toute relative compte tenu de la faiblesse des transports en commun comme facteur de contournement du bassin de Melun. Toutefois, ces pôles périphériques sont constitués d'une offre :

- axée sur la proximité pour les pôles intermédiaires,
- axée sur la destination pour le pôle commercial périphérique à savoir la zone du Champ de Foire.

Ce constat donne à la majorité des activités commerciales locales la possibilité de structurer un tissu répondant aux besoins de la population locale.

Au sein de la CAMVS, les deux pôles extérieurs à la Ville de Melun constituant des polarités commerciales compétitives sont Villiers en Bière et Chamlys.

Les circulations douces, le rythme ralenti des véhicules dans l'agglomération de Melun sert à un message publicitaire pouvant s'affranchir des supports disproportionnés et multiple qui ont tendance à rendre illisible l'objectif de mise en valeur des activités commerciales présentes sur la Ville de Melun.

Le RLP participe durablement à la volonté de développer une dynamique commerciale diversifiée et proche de sa population.

3. MELUN : ETAT DES LIEUX DE LA PUBLICITE, DES PREENSEIGNES ET DES ENSEIGNES

3.1 Généralités

3.1.1 Dispositifs concernés

Constitue une publicité « toute inscription, forme ou image destinée à informer le public ou à attirer son attention » (art. L.581-3 du Code de l'Environnement). Sont aussi considérées comme des publicités, les dispositifs dont la fonction principale est de recevoir ces mêmes inscriptions, formes ou images. Ainsi, la structure en elle-même constitue une publicité. Tous les types de publicité sont concernés par cette définition qui se veut donc générale. Les dispositifs réglementés par le Règlement National de Publicité peuvent ensuite être classés suivant :

- leurs conditions d'implantation (publicité scellée au sol, apposée sur un support existant, sur bâches, publicité apposée sur du mobilier urbain) ;
- leur taille ;
- leur caractère lumineux ou non.

Constitue une enseigne « toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce » (article L.581 -3 du Code de l'Environnement).

Constitue une préenseigne « toute inscription, forme ou image signalant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée » (article L.581-3 du Code de l'Environnement). Préenseignes et enseignes présentent de grandes similitudes en ce qu'elles ont pour objet de signaler une activité. Mais elles se distinguent par le fait que l'enseigne est implantée sur le lieu même de l'activité signalée, alors que la préenseigne est localisée plus loin, sur une autre unité foncière, et informe le public de la proximité de l'activité, généralement par l'adjonction d'une indication de direction.

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité (Art. L.581-19 du Code de l'Environnement), elles n'ont donc pas de régime particulier. Toutefois, parmi les préenseignes, existent des préenseignes dites « dérogatoires » qui, elles, sont soumises à un régime spécifique et distinct de celui de la publicité. En particulier, elles peuvent être implantées hors agglomération selon des conditions de format (1 m de haut sur 1,50 m de large maximum), de distance par rapport à l'activité signalée (5 km ou 10 km) et de nombre (2 ou 4 par activité signalée).

Les dispositifs ne relevant pas du RLP : d'autres formes de publicité extérieure ne sont pas visées par le RNP et ne peuvent donc être réglementées par un RLP. La publicité apposée sur les véhicules de transports en commun, les taxis, l'intérieur des galeries marchandes,

n'entrent pas dans le champ du Code de l'Environnement. De même la Signalisation d'Intérêt Local (SIL), même si son aspect peut l'assimiler à certaines préenseignes, relève du Code de la Route.

3.1.2 Etat des lieux

Le diagnostic a pour objet de faire un « état de l'existant » concernant tous les types de dispositifs implantés sur le territoire communal concernés par la réglementation : publicités, enseignes, préenseignes, mobilier urbain accueillant de la publicité, affichage d'opinion, affichage événementiel, enseignes et préenseignes temporaires.

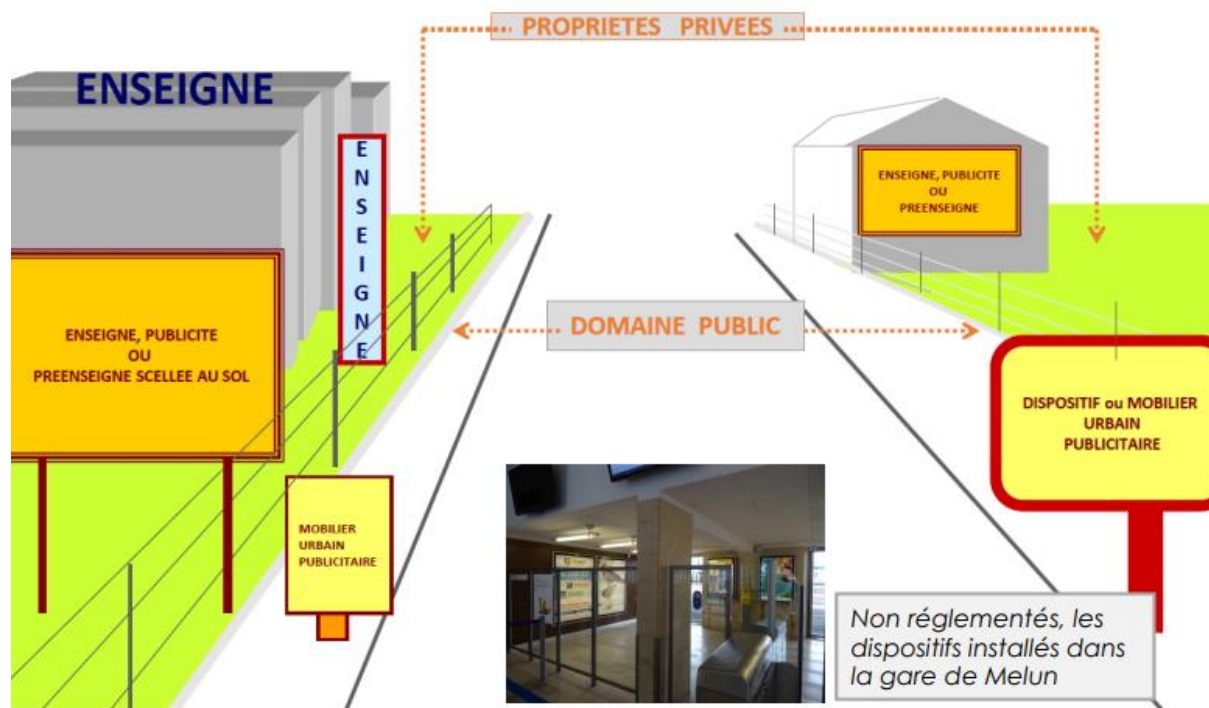
Cette analyse quantitative et qualitative permet de mesurer la pression publicitaire, d'identifier et de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard du RNP et du RLP, portent manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

Les supports étudiés ne constituent pas des panneaux d'affichage libres servant aux associations ou autres organismes dans le cadre de la libre expression. Il est important de dissocier l'usage des dispositifs présents sur le territoire afin de comprendre le cadre d'intervention du présent Règlement Local de Publicité.

Le Cabinet MELACCA-NGUYEN expert en études et conseils sur la réglementation de la publicité extérieure a apporté un éclairage sur la situation des dispositifs visibles de toute voie ouverte à la circulation publique ou privée, qu'ils soient implantés sur une propriété publique ou privée au sein de l'agglomération de Melun.

Par voies ouvertes à la circulation publique au sens de l'article L. 581- 2 du Code de l'Environnement, il faut entendre les voies publiques ou privées qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non, par toute personne circulant à pied ou par un moyen de transport individuel ou collectif.

Sont également considérées comme voies ouvertes à la circulation publique, les chemins ruraux, rivières, voies ferrées en plein air, les chemins de grande randonnée, les quais à ciel ouvert des gares ferroviaires, les voies de circulation d'un parking de plein air.



Cabinet Melacca-NGUYEN

Les dispositifs installés à l'intérieur de locaux privés font l'objet d'un cadre indépendant que le Règlement Local de Publicité ne peut pas à lui seul rationaliser.

3.2 La Publicité : La réalité de l'occupation des dispositifs publicitaires

3.2.1 Les panneaux publicitaires

L'élaboration du nouveau règlement de publicité doit tenir compte d'une situation existante et donc des dispositifs présents. Le relevé des dispositifs effectué en août 2018 a permis de recenser 74 dispositifs publicitaires de plus de 8m² dont une grande majorité sont de format de 12m². Avant l'adoption du RLP en 1993, environ 350 dispositifs publicitaires étaient relevés sur l'agglomération de Melun. Un relevé exhaustif des dispositifs est annexé au Règlement Local de Publicité.

Sur les 74 dispositifs recensés :

- 83 % sont des panneaux scellés au sol, soit 62 dispositifs ;
- 72% sont des panneaux de format 12 m², soit 54 dispositifs ; 5 dispositifs ne font pas l'objet d'un entretien suffisant pour répondre aux obligations réglementaires nationales ;
- 4 dispositifs sont installés au-delà des limites de l'égout du toit ou à moins de 0,50 m du sol ;
- 4 dispositifs sont positionnés en Site Patrimonial Remarquable et ne sont pas conformes à la réglementation nationale.



Avenue du Général Patton
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018



Rue Edouard Branly
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018



Avenue du 31ème Régiment d'Infanterie
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018

La majorité des dispositifs publicitaires en dehors des supports de mobilier urbain, sont localisés en dehors du périmètre « Site Patrimonial Remarquable ». Le diagnostic a mis en avant un faible traitement qualitatif des panneaux publicitaires ainsi que le surinvestissement de certaines voies ouvertes à la circulation à savoir : l'avenue du Général Patton, la rue Saint-Liesne, la route de Nangis, la rue du 13^{ème} Dragons, l'avenue Georges Pompidou, la rue Edouard Branly, la rue des Castors, la rue Lavoisier.

De plus, le long de l'avenue Jean Jaurès, entrée de Ville Melun/Dammarie-les-Lys, un ensemble de panneaux publicitaires solidaires permettant un mutli-affichage (type « V ») sont recensés. Cette concentration de ce type de dispositif, à proximité immédiate d'un ensemble de bâtiments d'habitation, tend à nuire au cadre de vie.



*Dispositif V – Avenue Jean Jaurès
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Dispositif V – Avenue Jean Jaurès
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*

En synthèse, même si le nombre de panneaux publicitaires a fortement diminué depuis 1993 leur concentration, leur surface encore majoritairement de 12m², et leur implantation (scellés au sol), ne favorisent pas la qualité de leur intégration dans le paysage melunais.

3.2.2 Les panneaux publicitaires

Les dispositifs de type mobilier urbain qui servent à la publicité sont présents sur tout le territoire communal mais essentiellement sous la forme d'abribus, mâts porte-affiche. Les cinq types de mobiliers urbains ont été recensés :

- 56 abris bus publicitaires,
- 47 mobiliers de 2m² publicitaires,
- 18 mobiliers de 8 m² publicitaires et 4 de 12m²,
- 1 colonne porte-affiches,
- quelques mâts porte-affiche.



*Abri bus - Place Notre Dame
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Mobilier 2m² - Rue du Générale de Gaulle
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Mobilier 12m² - Rue Edouard Branly
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Colonne porte-affiche – Boulevard Victor Hugo
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Mât porte-affiches - Avenue du Général Leclerc
Ville de Melun – Octobre 2018*

Ces mobiliers servent à une double communication commerciale et d'information locale pour près de 50%. Les espaces tels les quais, les aires de stationnement où patientent les piétons et usagers des transports en commun sont plus concernés par l'implantation de ces mobiliers qui répondent d'autorisations délivrées par l'autorité administrative compétente.

3.2.3 Synthèse et orientations pour la publicité et le mobilier urbain

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

- Mettre en valeur le patrimoine et protéger les habitations
- Préserver les axes arborés et les éléments paysagers d'intérêts signalés sur la cartographie en annexe du RLP ;
- Protéger les entrées de ville ;
- Permettre une meilleure exploitation du mobilier urbain et l'implantation des chevalets à l'échelle de la commune ;
- Anticiper le développement du format numérique ;
- Etendre la plage des horaires d'extinction des dispositifs ;
- Réglementer et limiter les dispositifs temporaires.

L'objectif est une réappropriation des lieux visibles depuis la voie publique au profit du respect du paysage et du cadre de vie.

3.3 Les enseignes : des situations disparates et un effort d'intégration à améliorer

Les dispositifs d'enseignes servant à identifier et à accroître la visibilité des activités économiques, commerciales et artisanales relevant plus généralement du régime des établissements recevant du public : sur la commune de Melun plus de 800 activités commerciales sont recensées.

Le RLP de 1993 autorise des dispositions différentes de celles régies par l'Architecte des Bâtiments de France dans le cadre de ses compétences sur le périmètre Site Patrimonial Remarquable et propose des règles distinctes en fonction des quartiers. Cette situation pénalise un traitement qualitatif équitable sur tout le territoire. De plus, la lisibilité de la règle applicable sur la commune en est réduite.

Au sein des zones d'activités économiques, les locaux commerciaux, de par leurs caractéristiques particulières (dimensions, architecture) et leur situation géographique, éloignés des éléments de patrimoines remarquables, acceptent des formats et des formes d'enseignes différentes du reste de la Ville. Les enseignes en toiture avec ou sans lettres ou signes découpés sont utilisées dans ces zones.



*Conforama –Champ de Foire
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Point P – Quai Hippolyte Rossignol
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*

Dans le centre-ville et ailleurs, on observe des formes architecturales plus anciennes, sous forme d'immeuble collectif avec un rez-de-chaussée commercial et des logements aux étages supérieurs dans une grande majorité de cas. La pose d'enseigne parallèle à la façade se fait majoritairement au niveau du rez-de-chaussée commercial. A l'inverse, l'enseigne perpendiculaire à la façade est dans une majorité de cas au-dessus du niveau rez-de-chaussée qui subsiste malgré l'interdiction dans les Sites Patrimoniaux Remarquables. Parfois plusieurs enseignes parallèles et perpendiculaires sont posées sur la façade pour une même activité.



*Rue du Général de Gaulle
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Rue du Miroir
Cabinet Melacca-NGUYEN – Août 2018*



*Rue Paul Doumer
Ville de Melun – Mai 2019*

La multiplication des enseignes pour un même établissement réduit la lisibilité de ce dernier. La négligence de travailler à une qualité des enseignes peut impacter le dynamisme économique et nuire à une échelle plus large à l'attractivité globale d'un secteur. De plus, le surnombre en enseigne est préjudiciable au patrimoine architectural.

Cependant, il existe de nombreux exemples d'enseignes qualitatives qui utilisent :

- Les lettres découpées laissant apparaître l'enduit ou la pierre,
- les enseignes alignées sur la largeur des percements (vitrines, baies, fenêtres) créant un équilibre visuel urbain,
- les enseignes perpendiculaires installées en limite de bâti,
- les coloris accordés à la façade...

Autant d'exemples d'enseignes respectueuses des lieux où elles sont installées.

Leur excellente lisibilité renforce leur efficacité et leur image attractive.



*Rue des Boissettes
Ville de Melun – février 2018*



*Rue Carnot
Ville de Melun – février 2019*



*Rue des Boissettes
Ville de Melun – 2018*

Enfin, une majorité d'enseignes sont non lumineuses. Elles ont pour obligation d'être éteintes entre 1h et 6h afin de répondre d'un engagement au titre de la loi de protection de l'environnement. En effet, il est reconnu l'influence sur la biodiversité d'une luminescence accrue et disproportionnée.

L'état des lieux effectué en 2018 pose la question de l'institution d'un règlement permettant d'accentuer l'attractivité et la qualité des supports qui servent à signaler les commerces de proximité et les entreprises à travers une attention particulière des dispositifs d'enseignes. L'équilibre coût des travaux et qualité des matériaux utilisés doit être pris en compte pour créer les conditions favorables à la création d'enseignes alliant lisibilité, visibilité et harmonie architecturale. De plus, le territoire étant majoritairement dans le périmètre SPR, il est nécessaire que la règle à l'échelle de la Commune (hors zones d'activités), concorde avec celle de l'Architecte des bâtiments de France.

Le tissu urbain quel qu'il soit, doit admettre un traitement de qualité identique afin de qualifier partout l'image et l'identité des commerces de proximité de Melun.

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

- des orientations communes à toutes les zones pour les enseignes :
 - Harmoniser les enseignes entre-elles en termes de surface, de hauteur et d'implantation.
 - Inscrire les enseignes dans l'architecture en instaurant des règles esthétiques.
 - Étendre la plage des horaires d'extinction des enseignes.
 - Interdire certains types de dispositifs.
 - Réglementer les dispositifs temporaires.

- des orientations spécifiques par typologie urbaine pour les enseignes :
 - Concernant le centre-ville et les quartiers d'habitat résidentiel incluant l'écoquartier « Woody » :
 - Interdire les enseignes scellées au sol.
 - Interdire le numérique.
 - Interdire les enseignes en toiture.
 - Concernant les zones d'activités économiques :
 - Appliquer la réglementation nationale au regard des formes urbaines spécifiques.
 - Permettre les enseignes numériques.
 - Concernant les entrées de ville :
 - Permettre les enseignes scellées au sol lorsque l'établissement est en retrait de la voie publique.

PARTIE II

-

LES DISPOSITIONS DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE DE 1993

ZPR1 = centre historique, vallée de la seine et de l'Almont

- Seule publicité admise : sur mobilier urbain (RNP) et sur palissades de chantier
- Enseignes parallèles à la façade : 3 par façade, possibilité d'en installer en étage, éviter les couleurs criardes

ZPR2= reste de l'agglomération sauf ZPR1 et ZPR3

- publicité murale et scellée au sol 12m2 admise
- une seule publicité murale par UF ou une publicité scellée au sol par UF d'au moins 15m de linéaire de façade

ZPR3 = emprises et dépendances ferroviaires

- publicité murale et scellée au sol 12m2 admise
- Maintien de 5 dispositifs maximum sur les quais SNCF et de 5 dispositifs maximum sur le talus SNCF avenue Jean Jaurès

ZPA1= quartier Schuman, caserne de gendarmerie mobile, caserne de pompiers, ZAC du Champ de foire

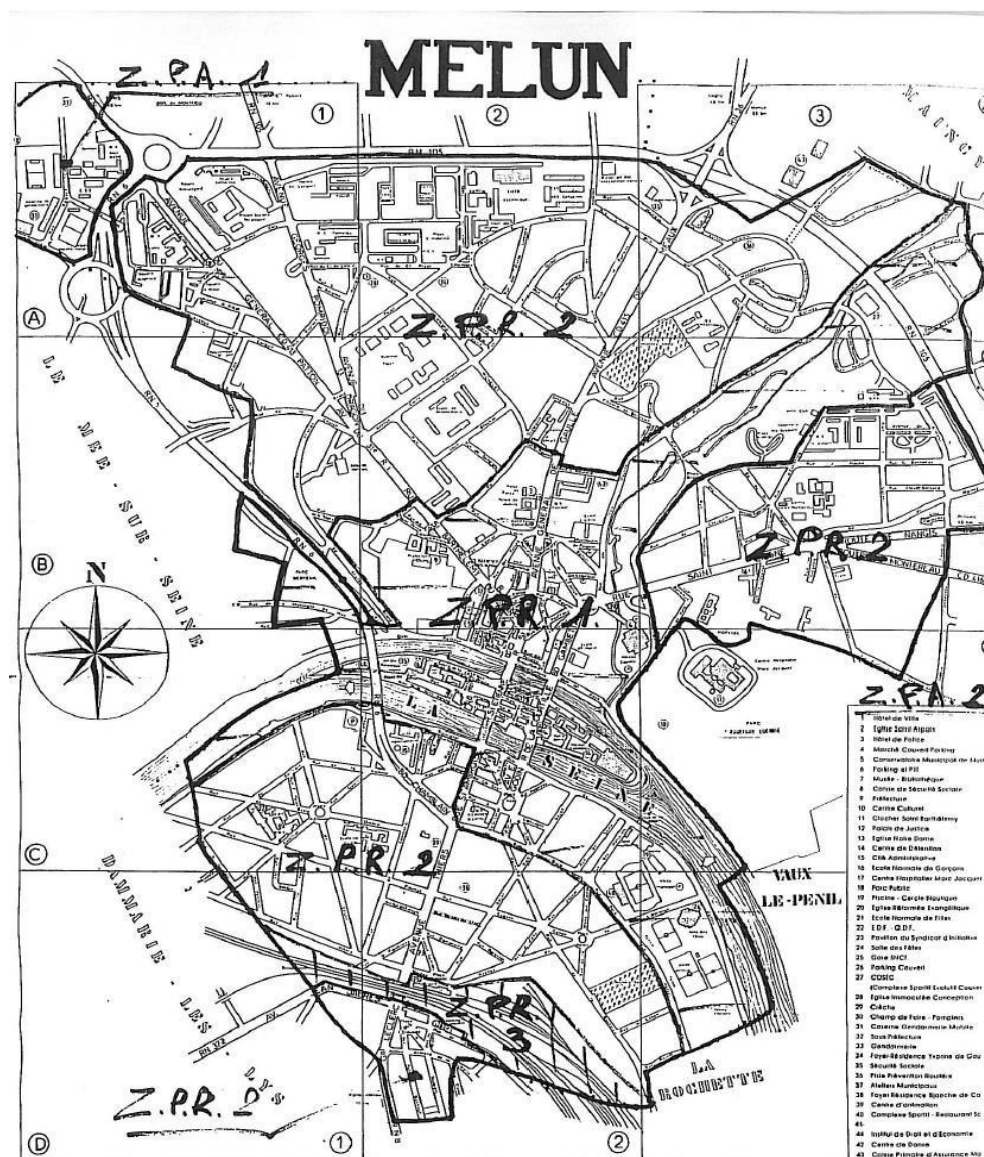
- publicité murale et scellée au sol 12m2 admise
- ZAC du Champ de foire : au maximum 4 dispositifs sur la RN6 et 1 dispositif sur la RN446. Quartier Schuman : 4 dispositifs maximum

ZPA2 = parcelles cadastrées AO12 et AO13

- publicité murale et scellée au sol 12m2 admise
- 4 dispositifs maximum

Concernant les enseignes, peu de règles étaient inscrites dans le RLP :

- enseignes parallèles à la façade ;
- possibilité d'en implanter aux étages tout comme pour les enseignes drapeaux sauf en secteur protégé ;
- éviter les couleurs vives ;
- 10 préenseignes et enseignes temporaires par manifestation.



Depuis 1993, certaines évolutions en matière d'opérations d'aménagement ne justifient plus la délimitation géographique telle qu'elle est présentée. Les quartiers Schuman, de la caserne ou encore la réalisation de nouveaux quartiers comme l'Eco Quartier ou encore les sites en reconversion posent la question d'un nouveau zonage. De plus, l'inscription de la majeure partie de la Commune de Melun dans le périmètre SPR, oblige également à adapter le zonage initial.

PARTIE III
—
**LA SECTORISATION ET
JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS**

1. NATURE DES SECTEURS ET ENJEUX

Il s'agit de créer des identités pertinentes en fonction des réalités du territoire pour satisfaire aux objectifs poursuivis du RLP.

- **Le centre historique, les secteurs d'extensions urbaines et les nouveaux quartiers : mettre en valeur le patrimoine, les éléments paysagers, et servir l'attractivité économique du territoire**

Le tissu présente une forte mixité. La présence d'un patrimoine bâti et paysager rend compte d'une histoire mais également d'un cadre de vie privilégié. Conforter la dynamique économique de centre-ville et limiter la pollution visuelle d'une communication publicitaire non maîtrisée en zone agglomérée suppose de trouver le juste équilibre.

Ainsi trois secteurs s'imposent avec des enjeux qui diffèrent de par la composition architecturale, paysagère, viaire et les logiques de déplacements mais aussi de par les logiques d'occupations autorisées dans le cadre du développement territorial de la Ville de Melun :

- ***Cœur dynamique de préservation du patrimoine***

La Ville de Melun s'est bâtie aux fils des siècles depuis les bords de Seine vers sa périphérie actuelle. Cette histoire urbaine est encore aujourd'hui visible. Le centre ancien est constitué d'un ensemble de bâtiments en alignement ponctué par des rues, passages, porches, ou des cours accessibles depuis la rue. La dimension patrimoniale de ce secteur est forte et renforcée par la présence du périmètre SPR. En effet, le patrimoine d'un territoire est un puissant vecteur d'attractivité, de flux et de commercialité.

L'enjeu : la Ville de Melun jouit de présenter un vaste centre-ville au bâti homogène et animé par le commerce de proximité. La publicité doit pouvoir s'y exprimer mais sous une forme discrète. Les enseignes quant à elles doivent contribuer à la mise en valeur de l'architecture et des perspectives paysagères.

- ***Nouveaux quartiers en construction***

Les futurs quartiers comme l'écoquartier Woody, au nord de la Commune, la reconversion des sites de l'ancien hôpital psychiatrique Constance Pascal ou de l'ancien hôpital Marc Jacquet, à proximité du centre-ville, marque le renouveau de Melun en matière d'urbanisme et de développement.

L'enjeu : les quartiers nouveaux, exemple d'architecture contemporaine, doivent conserver une cohérence avec l'urbanisme existant. Ils doivent être rigoureusement préservés des excès de la publicité. Les enseignes doivent contribuer à la mise en valeur de cette architecture contemporaine sans créer de rupture avec le reste de la Commune. L'unité est recherchée.

- ***Secteur à dominante d'habitat et grands axes : des entités paysagères de transition***

Il s'agit d'adopter des codes de communication publicitaire adaptés à l'occupation de ces secteurs qui accueillent des utilisations mixtes dans un tissu urbain constitué. Les zones de résidentialisation accueillant indifféremment de l'habitat pavillonnaire et/ou collectif mais facilitant aussi l'implantation d'activités ont permis l'installation plus aisée des dispositifs servant la diffusion des informations à caractère commercial comme local. Il s'agit de mieux encadrer ces implantations pour ne pas entraver les perspectives visuelles et paysagères.

Au regard des spécificités du secteur de la Gare de Melun (talus ferroviaire, habitat collectif, emprises de voirie) mais aussi de la proximité immédiate avec la Commune de Dammarie-les-Lys dont les dispositions du Règlement Local de Publicité appellent à adopter un traitement sobre en matière de multiplication des supports servant le message publicitaire, la Ville de Melun souhaite s'inscrire en continuité des principes dressés. L'enjeu est de qualifier les espaces de transition entre les Villes.

L'enjeu : les entrées routières de la Commune, où la circulation automobile est intense, représentent des cibles de choix pour l'installation de dispositifs publicitaires. Sur ces lieux majoritairement résidentiels et qui constituent la première image de la Ville, la publicité doit être maîtrisée.

➤ **Les zones d'activités économiques : qualifier l'image de Melun sans nuire à l'attractivité commerciale**

Le tissu urbain de ces zones d'activités diffère du reste de la Commune. En effet, l'architecture y est particulière avec des formes urbaines qui datent des années 1970 de type industriel :

- la zone du Champ de Foire, en contact direct avec la Commune de Vert-Saint-Denis,
- la zone d'activité Vaux-le-Pénil/Melun Val de Seine, en continuité sur la Commune de Vaux-le-Pénil.

L'enjeu : Bordées de bâtiments de type industriel, les larges voies des zones d'activités peuvent accueillir des dispositifs publicitaires, sous réserve de leur espacement. Il s'agit de ne pas nier l'existant et la vocation des zones d'activités économiques aux entrées de Ville tout en préservant les perspectives paysagères qui qualifient l'espace urbain.

➤ **Hors Agglomération**

Le Règlement Local de Publicité n'a pas vocation à encadrer le foncier en dehors des parties agglomérées du territoire telles que définies par le Code de la Route comme les « *espaces sur lesquels sont groupés des immeubles bâtis rapprochés* ».

2. JUSTIFICATION DES CHOIX RETENUS

Le diagnostic territorial et l'analyse de l'état initial du patrimoine publicitaire et des enseignes existants sur le territoire communal ont permis de faire émerger plusieurs secteurs présentant des enjeux spécifiques. Un zonage répondant aux enjeux identifiés a été institué couvrant l'ensemble du territoire communal.

Ainsi, trois zones dénommées « Zones de Publicité Réglementées (ZPR) » sont délimitées, pour lesquelles des prescriptions particulières ont été définies au regard de la typologie des lieux :

- ZPR1 : les secteurs centre-ville et Site Patrimonial Remarquable ;
- ZPR2 : les secteurs à dominante d'habitat et grands axes de la Ville ;
- ZPR3 : les zones d'activités économiques.

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

La Zone de Publicité Réglementée n° 1 (ZPR 1) : secteur centre-ville et Site Patrimonial Remarquable

Régime des publicités :

Dans la partie historique de la Ville et dans le périmètre SPR, la Municipalité souhaite une forte protection du cadre de vie des melunais et interdit en conséquence la publicité dans ces lieux dont elle peut troubler la tranquillité et la mise en valeur patrimoniale.

La publicité pourra être admise sur le mobilier urbain. La ville doit pouvoir diffuser des informations à caractère civique, non commercial ou culturel, tel que le Code de l'Environnement les prévoit. Ce type d'information doit pouvoir être visible de tous et en tout lieu. C'est pourquoi elle est admise dans l'ensemble de la ZPR1 mais sous certaines conditions de format. La Ville ayant la complète maîtrise des formats et des sites d'installation, elle est prémunie contre tout dispositif pouvant porter atteinte au patrimoine.

Dans le cadre de sa politique de protection de l'environnement, la Ville admet le mobilier urbain numérique mais souhaite réduire la pollution lumineuse en augmentant de deux heures la durée d'extinction par rapport à la norme nationale (23h / 6h contre 1h / 6h) et en instaurant des préconisations d'intensité lumineuse et de température de couleur. Concernant le mobilier profitant directement aux services de transports publics, il peut être éteint à la fin du service pour permettre aux voyageurs d'accéder aisément à l'information et servir à la sécurité des personnes.

Les chevalets posés sur le domaine public offrent aux commerçants la possibilité de promouvoir leurs services ou produits. Ils sont donc admis, sous réserve de l'octroi d'une autorisation d'occupation du domaine public que la Ville pourra refuser, notamment en cas de gêne à la circulation piétonne et des personnes à mobilité réduite (PMR).

Les dispositifs publicitaires sur les bâches de chantier sont également admis dans la limite de 8m² et dans la limite d'une occupation de la surface totale de la bâche n'excédant pas 50%.

Toute autre forme de publicité est interdite.

Régime des enseignes :

L'activité commerciale est indispensable à la Ville. Il ne s'agit donc pas d'interdire, mais d'encadrer les enseignes pour contribuer aux efforts de restauration, d'amélioration et de requalification entrepris par la Commune.

Les règles applicables aux enseignes ont essentiellement pour but de protéger la qualité architecturale des immeubles. Les enseignes doivent

dès lors soigneusement garantir l'harmonie des façades qu'elles occupent comme les perspectives visuelles dans le cas particulier des enseignes perpendiculaires. La réduction des nombres et des surfaces a pour objectif corollaire une amélioration de la visibilité de chaque commerce ou activité.

Conformément aux orientations relatives aux enseignes débattues par le Conseil Municipal, la Ville de Melun souhaite que les prescriptions du règlement s'appliquent sur l'ensemble du territoire (hors zone d'activités économiques) et sur la base de celles appliquées par l'Architecte des Bâtiments de France pour assurer une excellente visibilité et lisibilité des règles. La recherche d'un traitement équitable entre les professionnels est également recherchée.

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

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

La densité du dispositif d'enseigne parallèle à la façade est réduite à 20% si la façade commerciale est inférieure à 50 m², 10% si la façade commerciale est supérieure à 50 m² dans un souci de préservation des proportions. En effet, la réduction de la densité des enseignes est recherchée pour rendre plus qualitative ces zones et rendre les établissements plus visibles.

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

L'occultation des vitrines par des autocollants produit des effets négatifs d'une part sur la perception de la dynamique commerciale par les clients, les usagers, ..., et d'autre part sur l'image du commerce et plus globalement du quartier. Elle est donc limitée à 1m² de la vitrine avec

une exception dans des cas limités et justifiables, par exemple les espaces de confidentialité des banques ou des professions médicales ou paramédicales qui ont besoin de surface majoritairement occultée.

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

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

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

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

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

La Zone de Publicité Réglementée n° 2 (ZPR 2) : secteurs à dominantes d'habitat et grands axes

Régime des publicités

Cette Zone de Publicité Réglementée intègre des axes routiers structurants permettant d'accéder au centre-ville de Melun. Ces axes peuvent admettre des supports de publicité sans nuire au patrimoine et aux éléments paysagers (alignement d'arbres à préserver, espaces verts et paysagers à protéger, espaces boisés classés et espaces naturels sensibles) et en adoptant un format en lien avec la vitesse de déplacement.

Le règlement de 1993 avait permis un premier aménagement des publicités, qui reste à améliorer. Le diagnostic fait le constat d'entrées de ville surinvesties par la publicité, des maisons et bâtiments masqués, de surfaces de panneaux trop importantes et l'emploi de matériel peu qualitatif. L'ensemble porte atteinte à l'image de la ville et à la qualité de vie des Melunais.

Tout comme en ZPR1 et dans les mêmes conditions, la publicité pourra être admise sur le mobilier urbain en ZPR 2.

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

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

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

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

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

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

Dans le reste de la zone et afin de limiter l'impact des publicités sur les perspectives, et comme indiqué dans les orientations, le règlement impose une surface d'affichage maximale de 8 m² avec un encadrement d'une largeur maximale de 11 centimètres, en l'appliquant aux publicités murales comme aux publicités scellées au sol. Concernant la publicité murale, l'occultation de la façade aveugle par le support mural est limitée à 25% de la surface totale de la façade et doit être implanté à plus de 7,5 m du sol.

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

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

Les publicités, limitées en surface, soumises à des règles quantitatives propres au matériel ou à la façon de l'installer, doivent être soumises à une règle de densité. Afin d'éviter que les panneaux ne se succèdent sur un rythme excessif, aucun dispositif ne peut être implanté dans les unités foncières qui présentent un linéaire de façade inférieur à 60 mètres. Au-delà, une seule publicité est admise par unité foncière. Sur les quais de la SNCF, 5 dispositifs sont admis.

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

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

Les bâches publicitaires peuvent être autorisées, prenant en compte le caractère éphémère des bâches liées à des chantiers dans la limite de 8m² et dans la limite d'une occupation de la surface totale de la bâche n'excédant pas 50%. Les dispositifs de micro-affichage sont autorisés dans la limite d'un par établissement et d'une surface maximale de 0,25 m² afin d'en limiter l'impact sur le bâtiment.

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

Régime des enseignes :

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

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

La Zone de Publicité Réglementée n° 3 (ZPR 3) – Zones d'Activités Economiques

Régime des publicités :

Compte tenu que cette Zone de Publicité Réglementée intègre des axes routiers structurants, les règles sont les mêmes qu'en ZPR2.

Cependant, la zone étant principalement occupée par des activités économiques, la publicité lumineuse d'une surface unitaire de 8m² (encadrement inclus) ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du terrain naturel est tolérée à condition d'être à plus de 60 mètres de distance d'une baie d'habitation pour limiter l'impact sur des habitations situées à proximité. Elle devra respecter une distance de 6 mètre vis-à-vis d'un bâtiment. De plus, et pour accompagner la diminution de la pollution lumineuse, la Ville augmente également de deux heures la durée d'extinction par rapport à la norme nationale (23h / 6h contre 1h / 6h). L'intensité lumineuse doit varier en fonction de la luminosité naturelle afin d'éviter que la source lumineuse ne soit agressive.

Régime des enseignes :

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

Le bâti de type industriel étant majoritaire sur ces zones, les enseignes toitures sont autorisées sans qu'elles ne puissent être supérieur à 8 m² dans la limite de 1 mètre de hauteur maximum afin d'éviter un effet « masse ».

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

Concernant les enseignes sur marquise ou auvent, sur balcon ou balconnet ou baie, la réglementation de la ZPR2 s'applique. Il en est de même pour les enseignes sur lambrequins et stores ainsi que pour les enseignes scellées au sol. L'objectif recherché est d'épurer les zones d'activités d'un surnombre d'enseignes.

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

3. CARTOGRAPHIE : LE ZONAGE

En annexe du document réglementaire, une cartographie présente le découpage des secteurs dans lesquels s'appliquent des dispositions différenciées selon la nature, les caractéristiques des lieux. Certains linéaires urbains ou plantés, comme des espaces publics particulièrement qualitatifs supposent d'apporter des nuances dans les interdictions mises en place et opposables aux dispositifs publicitaires et/ou d'enseignes.

PARTIE IV
-
JUSTIFICATIONS DES CHOIX RETENUS

Les choix retenus en matière de règles répondent à des préoccupations variées dont la première est d'ordre légale. Il s'agit avant tout de planifier l'implantation et l'installation des dispositifs de publicité, d'enseigne et préenseigne afin de garantir la protection du cadre de vie.

L'adoption d'un règlement de publicité local a vocation à adapter le Règlement National de Publicité aux spécificités du territoire de Melun en adoptant des dispositions personnalisées au contexte.

Se doter d'un document de publicité local c'est-à-dire non standardisé est également l'occasion d'interroger les projets urbains à venir pour y intégrer la publicité, les enseignes et préenseignes de façon harmonieuse. Par exemple, lorsqu'une Commune de taille modeste projette d'accueillir une zone d'activité artisanale, économique et/ou commerciale, les dispositifs publicitaires ou les enseignes qui y seront implantées méritent d'être soumis à une réglementation spécifique afin de les intégrer harmonieusement dans les lieux environnants. Le but est alors ici de limiter les ruptures d'échelle entre les milieux urbains.

Le choix de dispositions différenciées pour les dispositifs publicitaires est un axe majeur, cela afin d'interdire, toutes les fois que la législation l'encadre, le surinvestissement du tissu urbain. A cette finalité, la Ville a répertorié les secteurs, les quartiers, les objets urbains, les perspectives qui doivent s'extraire de la logique publicitaire.

La sélection de normes et de références communes aux enseignes a vocation à simplifier et à mieux intégrer le commerce de proximité dans une démarche de valorisation, de lisibilité et de visibilité de leur activité sans en entraver les retombées bénéfiques d'animation, de dynamisation du cadre de vie.

L'instauration d'un nouveau cadre c'est aussi l'occasion de prendre en considération les nouveaux supports de communication, les nouveaux modes de diffusion de la publicité pour mieux se prémunir des effets de pollution visuelle à venir tout en obérant pas l'opportunité d'utiliser ces derniers dans le cadre de la promotion d'une image attractive de Melun. Le mobilier urbain participe à la diffusion des manifestations, des événements et des actions menées par la Ville au profit des habitants.