

ENQUÊTE PUBLIQUE

PROJET DE REVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

COMMUNE DE LA VILLE DU BOIS

Objet : ouverture d'une enquête publique relative au projet de révision du Règlement Local de Publicité de la commune de LA VILLE DU BOIS.

COMPOSITION DU RAPPORT D'ENQUÊTE PUBLIQUE

| | |
|---|----------------|
| PARTIE A : Organisation administrative et déroulement de l'enquête publique | page 2 |
| PARTIE B : Le cadre juridique | page 3 |
| B1-Le cadre juridique général | page 5 |
| B2-Le cadre juridique communal | page 5 |
| PARTIE C : Composition du dossier d'enquête : | page 6 |
| PARTIE D : Synthèse du rapport de présentation | page 7 |
| PARTIE E : Conclusion du diagnostic | page 8 |
| PARTIE F : Objectifs du règlement local de publicité | page 9 |
| PARTIE G : Orientations retenues pour le Règlement Local de Publicité | page 9 |
| PARTIE H : Le règlement du RLP | page 10 |
| H1-Le zonage du RLP | |
| PARTIE I : Les Remarques des Personnes Publiques Associées | page 12 |
| PARTIE J : Analyse des remarques du public | page 12 |
| PARTIE K : Réponses de La Ville du Bois | page 15 |
| Conclusions motivées du Commissaire enquêteur | page 19 |

Le commissaire enquêteur :

VU le Code de l'environnement et notamment les articles L. 581-1 et suivants L.123-3 et suivants et R123-2 et suivants,

VU le Code de l'Urbanisme et notamment les articles L.153-19 et suivants relatifs aux procédures d'évolution des documents d'urbanisme,

VU la délibération du Conseil Municipal du 28 février 2017, prescrivant la révision du règlement local de publicité et fixant ses objectifs et déterminant les modalités de la concertation,

VU la délibération du Conseil Municipal du 04 février 2020 tirant le bilan de la concertation et arrêtant le projet de règlement local de publicité,

VU les pièces du dossier de Règlement Local de Publicité à soumettre à l'enquête publique,

VU la décision n° E20000067/78 en date du 21 décembre 2020 par laquelle Monsieur le Président du Tribunal Administratif de VERSAILLES a désigné Monsieur Jean-Claude DOUILLARD, en qualité de commissaire-enquêteur pour procéder à l'enquête publique sur le projet de règlement local de publicité de la commune de LA VILLE DU BOIS,

CONSIDERANT que le Règlement Local de Publicité n'est pas soumis à évaluation environnementale conformément aux dispositions des Codes de l'environnement et de l'urbanisme,

Avant-propos

Une enquête publique a pour objet de permettre au public de disposer de tous les éléments nécessaires à sa bonne information et à la parfaite compréhension de la nature et des enjeux du projet soumis pour avis par l'autorité origine de l'initiative. Elle permet l'expression publique de toutes les opinions, les analyses effectuées et les avis exprimés contribuant à mettre en évidence les éventuels inconvénients générés par le projet, dans le but de les supprimer, de les réduire ou de les compenser dans toute la mesure du possible. L'enquête publique s'attache tout particulièrement à analyser les décisions susceptibles d'avoir un impact non négligeable sur l'environnement, cette notion devant être entendue au sens le plus large. Les observations et propositions recueillies au cours de l'enquête sont portées à la connaissance de l'autorité compétente, pour délibération.

Le commissaire enquêteur

Le lecteur du présent rapport doit avoir à l'esprit que le commissaire enquêteur chargé de la conduite de cette enquête est une personnalité désignée par le Président du Tribunal Administratif sur une liste d'aptitude départementale, et non pas par le maître d'ouvrage du projet.

N'étant ni le défenseur ni le détracteur du projet, le commissaire enquêteur est en situation de diriger l'enquête publique librement et de formuler son avis de façon indépendante. Il est du ressort du Tribunal Administratif, et non pas du commissaire enquêteur, qui n'est pas juriste, de se prononcer sur la légalité des pièces administratives soumises à son examen. En revanche, le commissaire enquêteur est dans son rôle lorsqu'il vérifie que la procédure réglementaire a été respectée. S'agissant de l'avis que doit exprimer le commissaire enquêteur, l'arrêt du Conseil d'État du 27 février 1970 précise : « Considérant qu'il résulte des dispositions de l'article 8 du décret du 6 juin 1959 que si le commissaire enquêteur doit examiner les observations consignées ou annexées au registre, il lui appartient d'exprimer dans les conclusions de son rapport son avis personnel, qu'il n'est pas tenu à cette occasion de répondre à chacune des observations qui lui ont été soumises ni de se conforter nécessairement à l'opinion manifestée, même unanimement, par les personnes ayant participé à l'enquête ». C'est ainsi qu'à partir des éléments du dossier qu'il a recensés et analysés, à partir des observations relevées dans les registres ou les courriers qui lui ont été adressés, en tenant compte des divers entretiens conduits ou consultations opérées, le commissaire enquêteur rend, in fine, un avis personnel motivé en toute conscience et en toute indépendance.

PARTIE A : Organisation administrative et déroulement de l'enquête publique

Cette enquête est organisée afin d'informer le public et de recueillir ses observations et propositions sur le projet de révision du règlement local de publicité (RLP) de La Ville du Bois.

A1-Déroulement de l'enquête publique

Par décision en date du 21 décembre 2020 de monsieur le président du Tribunal Administratif de Versailles a désigné M. Jean-Claude DOUILLARD en qualité de commissaire enquêteur pour la présente enquête publique.

L'enquête publique a été organisée conformément à l'arrêté N°2020AG228 du 24 décembre 2020 de la mairie de La Ville du Bois. L'enquête s'est déroulée sans incident sur une durée consécutive de 30 jours, du 25 janvier 2021 au 23 février 2021 inclus.

Avant le début de l'enquête publique, le 18 janvier 2021, une réunion a été organisée avec Madame Christine MERMET, Responsable des Affaires Générales et Juridique. A cette occasion, le contenu du dossier d'enquête publique relatif à la révision du Règlement Local de Publicité de la commune de La Ville du Bois m'a été présenté. Nous avons ensemble effectué la visite du territoire communal, notamment les secteurs concernés par le RLP.

Les observations et propositions du public pouvaient être inscrites sur le registre d'enquête ou transmises pendant la durée de l'enquête à l'adresse électronique suivante : juridique.direction@lavilledubois.fr. Le public pouvait consulter le dossier d'enquête déposé en mairie à l'accueil de la Direction des Services Techniques 20, rue Amboise Paré et sur le site Internet de la ville.

Les permanences du commissaire enquêteur se sont déroulées en mairie de la Ville du BOIS à l'accueil de la Direction des Services Techniques 20, rue Ambroise Paré :

- le lundi 25 janvier 2021 de 14h30 à 17h30
- le samedi 13 février 2021 de 9h15 à 12h15
- le mardi 23 février 2021 de 14h30 à 17h30

La publicité légale 1^{ère} et 2^{ème} insertion a été effectuée dans deux journaux locaux :

- Le Parisien les 7 et 28 janvier et 2021
- Le Républicain les 7 et 28 janvier 2021

Au cours des permanences j'ai vérifié que le dossier mis à la disposition du public était complet et que les avis reçus et les publications effectuées étaient joints au dossier d'enquête.

Concernant l'information sur la tenue et l'organisation de l'enquête publique, la mairie de La Ville du Bois a diffusé le dossier d'enquête sur le site internet de la commune. Un affichage sur les panneaux administratifs de la commune a été réalisé avant le début de l'enquête publique.

L'enquête publique s'est constamment déroulée dans un bon climat, elle a été l'occasion d'échanges sur le déroulement de l'enquête et sur les divers points relevant des remarques recueillies. Le personnel des services de la commune est resté constamment disponible pendant le déroulement de l'enquête publique.

Dès la fin d'enquête, j'ai clos le dossier d'enquête publique en vue d'élaborer le rapport d'enquête comprenant mes conclusions motivées. Par lettre du 25 février 2021, j'ai transmis à la mairie de La Ville du Bois le procès-verbal et les questions relevant des remarques recueillies au cours de l'enquête publique.

Le 9 mars, 2021 une réunion a été organisée en mairie de la Ville du Bois avec Monsieur le maire Jean-Pierre MEUR et Madame Christine MERMET pour examiner les remarques reçues après l'enquête publique et les réponses apportées par la commune.

Partie B : Le cadre juridique

La définition du RLP

Le Règlement Local de Publicité (RLP) est le document de planification relatif à l'affichage de la publicité, des enseignes et des préenseignes sur le territoire communal. C'est un outil opérationnel pour la collectivité, les particuliers, les artisans, les commerçants, et les professionnels de l'affichage publicitaire.

B 1 : Le Cadre juridique général

Le rapport relatif au RLP donne le contexte lié à l'évolution de la réglementation nationale de la publicité liée à la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 qui a modifié les règles applicables aux publicités et aux enseignes et à la loi relative à la liberté de la création à l'architecture et au patrimoine (LCAP) du 7 juillet 2016 qui a fortement modifié le régime des interdictions de publicité aux abords des monuments historiques.

La loi Grenelle II a également modifié le règlement juridique des règlements locaux de publicité (RLP). Ces considérations couplées aux évolutions du territoire communal ont motivé la commune à réviser le RLP de 2011.

La réglementation nationale relative à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes vise à concilier la protection du cadre de vie et le respect des libertés fondamentales que sont la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie. La réglementation vise les dispositifs en tant que support, et non le contenu des messages diffusés.

Ce rapport de présentation s'appuie sur le contexte communal qui présente de grandes identités paysagères et patrimoniales. Il tire un bilan de la situation communale en matière de publicité après l'analyse du RLP en cours. La situation communale est présentée avec son évolution historique et ses caractéristiques urbaines. Il présente également ses caractéristiques paysagères et patrimoniales

Ce rapport rappelle la réglementation nationale applicable à la publicité, aux enseignes et préenseignes. Pour préciser la situation communale en matière de publicité il analyse le règlement en cours et ses effets. Il donne ensuite les objectifs et les orientations du futur RLP et la prise en compte des enjeux patrimoniaux et paysagers en matière de publicités et d'enseignes.

B2 : Le cadre juridique municipal de l'enquête publique

Par délibération du 28 février 2017 le conseil municipal a prescrit la révision du règlement local de publicité de 2011. Les objectifs ont été définis ainsi que les modalités de concertation à mettre en œuvre à l'occasion de cette révision.

Par délibération du 4 février 2020 le bilan de la concertation a été tiré et le projet de révision a été arrêté. Cette même délibération a autorisé le lancement des procédures menant à l'enquête publique.

Après consultation de la CDNPS, et l'avis aux personnes publiques associées à l'élaboration du projet de révision et les communes voisines. L'enquête publique a été organisée par arrêté du maire n° 2020AG228 du 24 décembre 2020. Cette enquête s'est déroulée du 25 janvier au 23 février 2021.

La procédure d'enquête publique a été lancée dans le cadre du code de l'environnement notamment ses articles L.123-1 à L.123-18 et R.123-1 à R.123-27.



PARTIE C : composition du dossier d'enquête

Le rapport de présentation de l'enquête donne le contexte lié à l'évolution de la réglementation nationale de la publicité liée à la loi Grenelle II du 12 juillet 2010 qui a modifié les règles applicables aux publicités et aux enseignes et à la loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) du 7 juillet 2016 qui a fortement modifié le régime des interdictions de publicité aux abords des monuments historiques.

Composition du dossier d'enquête :

- La délibération du Conseil municipal (4 février 2020) prescrivant la révision du RLP
- L'arrêté d'enquête du 24 décembre 2020
- Une note de synthèse du dossier de révision du RLP, avec :
 - les caractéristiques les plus importantes du projet,
 - les objectifs du RLP
 - les six orientations générales du RLP

-les principales raisons pour lesquelles le projet de RLP a été retenu

- Le rapport de présentation avec :
 - Le cadre juridique
 - le contexte territoriale
 - le diagnostic publicitaire
 - les objectifs et les orientations
 - la justification des choix retenus
 - un glossaire
- Le règlement Tome 1 et 2
- Les annexes comprenant :
 - le zonage général
 - les zones de publicité : 1, 2 sud, 2 nord, 3
 - les espaces boisés classés
 - l'arrêté fixant le périmètre d'agglomération

PARTIE D : Synthèse du rapport de présentation

Objet du diagnostic

Il a été opéré sur le territoire de la commune de LA VILLE DU BOIS une étude technique visant à apprécier les conséquences de toute nature, notamment environnementale de l'affichage publicitaire et des enseignes.



Cette analyse critique a permis de mesurer la pression publicitaire, de localiser les éventuelles illégalités et de repérer les situations qui, bien que légales au regard de la réglementation nationale et du Règlement Local de Publicité existant, ont porté manifestement atteinte au cadre de vie et à l'environnement.

La publicité murale impacte selon le paysage et le mode d'installation : installée sur un bâtiment, sur une clôture, sur une baie...

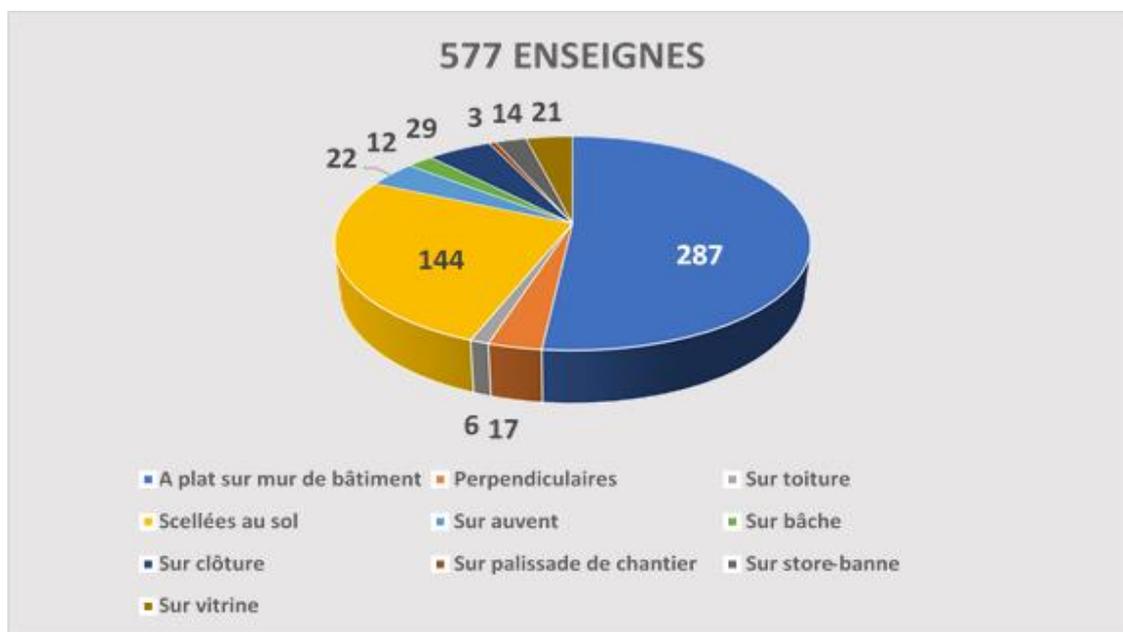
La publicité sur toiture varie selon la nature de l'immeuble qui la supporte (habitations ou activités).

La publicité scellée au sol n'a pas le même impact selon le lieu où elle est installée, son voisinage immédiat ou les cônes de visibilité lointains qu'elle l'affecte.

La publicité numérique, incongrue dans un secteur résidentiel, peut trouver sa place dans un secteur d'activités.

L'affichage publicitaire et les enseignes **ont fait l'objet d'une analyse quantitative et qualitative.**

Analyse quantitative. Un recensement de l'ensemble des publicités et des enseignes présentes sur le territoire communal a été réalisé sur le terrain en avril 2019, dispositifs photographiés et géo-référencés.



La commune de LA VILLE DU BOIS est composée d'un unique secteur aggloméré où se concentre l'habitat, les commerces de proximité, les activités commerciales, les principaux équipements sportifs et culturels. Pour pouvoir définir la réglementation la plus appropriée, la commune a souhaité que l'intégralité de sa surface agglomérée soit analysée. Dans un souci de cohérence de son approche environnementale, la commune a également décidé de faire porter l'étude sur les activités économiques et sur les axes structurants situés sur l'ensemble de son territoire.

PARTIE E : Conclusion du diagnostic

Le territoire n'est pas marqué par une présence excessive de la **publicité**, néanmoins, on observe :

- Une concentration relative de dispositifs publicitaires, format de 8 m², implantés principalement au Sud de la RN 20 longeant la zone d'activités des Graviers.
- Une présence relative des **enseignes** liées aux nombreuses activités économiques, commerciales et artisanales existantes au Nord et au Sud de la commune.

La commune est marquée par quelques enseignes vétustes, mal entretenues, en mauvais état, installées sans recherche esthétique, situées sur la RN 20 notamment sur la zone sud en entrée de zone d'activités des Graviers et sur un linéaire compris entre le 1 et le 27 de l'avenue de la Division Leclerc. Cela dénature la qualité des nouveaux bâtiments (habitat + commerces) qui entrent dans un projet de réhabilitation de la RN 20 traversant le territoire de La Ville du Bois.

Certaines enseignes conformes, situées dans le centre bourg apparaissent comme inadaptées de par

leur implantation et de leurs caractéristiques et nécessiteraient une meilleure intégration dans l'environnement.

PARTIE F : Objectifs du Règlement Local de Publicité

Objectifs définis par délibération du Conseil Municipal du 21 février 2017 :

- Améliorer la qualité visuelle et paysagère le long des grands axes routiers ;
- Répondre aux besoins de communication des zones d'activités tout en préservant le patrimoine bâti et naturel de la commune ;
- Édicter des règles, applicables à la publicité et aux enseignes, adaptées aux différentes zones d'activités ;
- Encourager la réalisation d'économies d'énergie en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux, adaptés aux différents secteurs économiques ;
- Préserver la qualité des paysages urbains et naturels du territoire ;
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural et paysager de la commune ;
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de l'activité commerciale de la commune tout en préservant le patrimoine bâti et naturel qui participe à l'image de la commune et au cadre de vie des habitants ;
- Concilier l'intérêt économique local et les objectifs environnementaux ;
- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires, enseignes et préenseignes sur le territoire ;
- Encadrer les enseignes tout en conciliant les enjeux économiques locaux et la mise en valeur des paysages ;
- Prendre en considération les nouveaux modes de communication publicitaire (publicité lumineuse, numérique, petits formats sur façades commerciales...) ;
- Préserver les entrées de ville et renforcer l'identité et l'image du territoire ;
- Renforcer l'attractivité commerciale du centre-ville de la commune ;
- Fixer les obligations et modalités d'extinction des publicités lumineuses en application de l'article R.581-35 du code de l'environnement ;
- Renforcer l'attractivité et le dynamisme de la signalétique commerciale.

PARTIE G : Les orientations retenues pour le Règlement Local de Publicité

Lors du débat en Conseil Municipal le 2 juillet 2019, six orientations ont été retenues pour le Règlement Local de Publicité :

Chacune des six orientations retenues fait l'objet de précisions apte à répondre au Règlement Local de Publicité.

Les six orientations du RLP retenues :

- 1-Adapter le RLP (zonage et règles) aux caractéristiques paysagères du territoire
- 2-Préserver les entrées d'agglomération, facteur déterminant de l'image qualitative de la ville
- 3-Rendre lisibles et attractives les zones d'activités économiques et commerciales
- 4-Renforcer l'attractivité commerciale du centre-ville
- 5-Améliorer l'image perçue de la commune depuis les grands axes structurants, la RN 20
- 6-Préserver les identités paysagères du territoire qu'elles soient naturelles ou bâties

PARTIE : H Le règlement du RLP

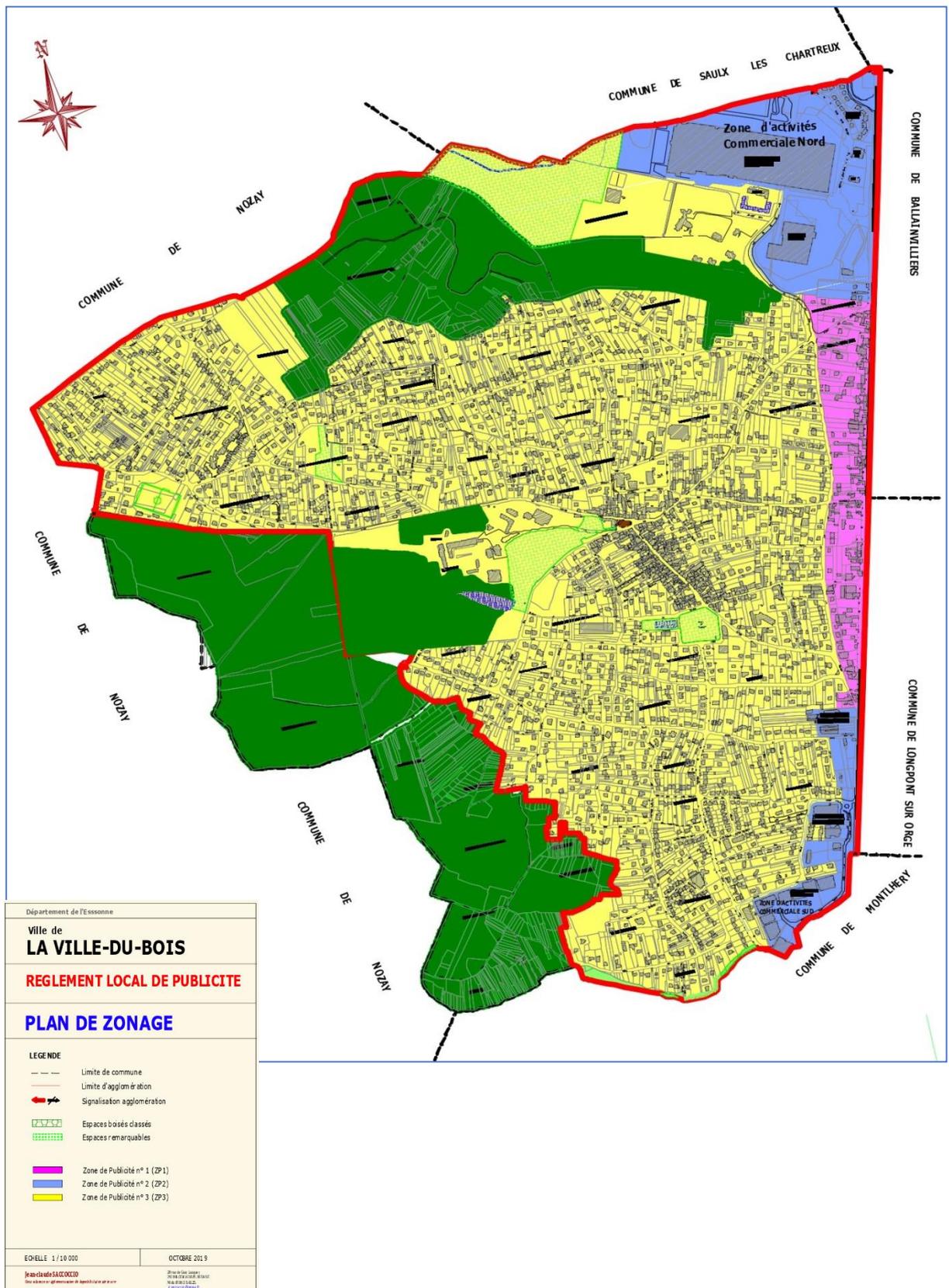
Le règlement Local de Publicité est composé d'un rapport de présentation, d'un règlement qui fixe les règles applicables dans chacune des zones et des annexes graphiques.

Conformément à la Réglementation Nationale, les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité. Par conséquent, les prescriptions du présent Règlement Local de Publicité définies pour la publicité s'appliquent également aux préenseignes.

Le règlement comprend :

- Les dispositions générales applicables à toutes les zones.
- Les dispositions spécifiques applicables dans chaque zone.
- Les réglementations connexes
- Les définitions de termes (glossaire).

H1 : Le ZONAGE



Sur la base des objectifs définis par le Conseil Municipal, des enjeux se rapportant à chaque lieu et en regard du diagnostic et des orientations qui en sont issues, trois zones de publicité sont créées.

Zone de publicité n° 1

La Zone de Publicité n° 1 (ZP1) correspond au secteur situé sur la RN 20 qui est le grand axe stratégique longeant l'agglomération de LA VILLE DU BOIS, lieu très recherché pour la publicité.

Zone de publicité n° 2

La Zone de Publicité n° 2 (ZP2) couvre les secteurs destinés aux activités économiques.

- ✓ Au Nord, les activités commerciales et de services (hôtellerie et restauration en bordure de la RN 20).

- ✓ Au Sud, les activités artisanales, industrielles, commerciales, de services et bureaux en bordure de la RN 20.

Zone de publicité n°3

La Zone de Publicité n° 3 (ZP3), correspond au centre-ville historique et à l'ensemble des quartiers d'habitat pavillonnaire. Cette zone présente une mixité importante en accueillant des logements, des services, des équipements, et des commerces de proximité.

PARTIE I : Les Remarques des Personnes Publiques Associées

Par lettre du 22 septembre 2020 la mairie de La Ville du Bois a consulté les Personnes Publiques Associées. Sur les 21 services consultés, deux réponses ont été enregistrées :

La commission départementale de la Nature, des Paysages et des Sites 91, émet un avis favorable tacite, compte tenu des problèmes liés au COVID 19.

La DDT : émet un avis favorable, elle note un projet de RLP globalement conforme à la réglementation nationale. Concernant les enseignes scellés au sol, la DDT rappelle le règlement national limitant la surface des enseignes à 6 m².

PARTIE J : Analyse des remarques du public avec les réponses du maître d'ouvrage et les appréciations du commissaire enquêteur

Résumé des points émergents des remarques reçues :

Association « Bien Vivre à la Ville du Bois : BVVB »

- Cette association : *« souhaite que ces enseignes numériques soient interdites sur l'ensemble des 3 zones de publicité. Même avec une surface unitaire de 8 mètres carrés, ces modèles provoquent une gêne visuelle pour les automobilistes ce qui est un facteur aggravant à la sécurité ».*

Réponse de la commune.

Aucune publicité numérique n'est installée sur la commune.

Aucune plainte n'a été enregistrées sur ce sujet.

La commune maintient la possibilité d'installer des enseignes numériques car elle estime que les enseignes n'apportent pas de gêne avérée aux automobilistes.

De plus, elles sont éteintes 1 heure après la cessation de l'activité et jusqu'à 7 heures

Le commissaire enquêteur n'a pas d'opposition sur le maintien de cette règle au RLP dans la mesure où aucune enseigne numérique n'est installée sur la commune.

Union de la Publicité Extérieur (UPE)

- L'UPE prend connaissance du RLP de La Ville du Bois et note *« sa grande inquiétude sur le projet de règlement ».*
- Le RLP *« ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux ».*
- Le RLP *« alourdit excessivement les contraintes économiques...et ne permet pas d'assurer sa pérennité à moyen terme ».*

Faisant suite à ces remarques, l'UPE *« présente ses demandes d'aménagements règlementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre ».*

Les demandes de l'UPE portent notamment sur les problématiques suivantes :

- La conception des passerelles
- Le format des panneaux publicitaires lié à chaque zone
- Diverses problématiques liées au code de la route
- L'UPE propose de supprimer les réglementations connexes : code de la route, code de la voirie routière, code général des collectivités territoriales

Pour les passerelles, la commune note que : pour une meilleure intégration de la publicité dans son environnement, il n'est pas souhaitable d'autoriser les passerelles. La publicité, les enseignes et les préenseignes sont soumises aux dispositions issues du code de l'environnement et non du code du travail.

Le commissaire enquêteur note que la commune ne dispose pas de ce type de passerelle.

Concernant la détermination du dispositif de l'affichage, la commune respectera les préconisations réglementaires : dispositif de 10,50 m2 maxi mais avec un format d'affiche limité à 8 m2.

S'agissant de la suppression des réglementations connexes relatives au code de la voirie routière, et du code général des collectivités territoriales. **Le commissaire enquêteur** n'a pas d'opposition au maintien de cette réglementation au RLP. La consultation de la réglementation sera ainsi facilitée.

JCDecaux

L'intervenant note : « *Le futur RLP est à nos yeux un vrai tournant et de grandes ambitions auxquelles nous adhérons totalement* ».

Toutefois, il remarque que : « *toute restriction à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLP demeure surabondante* » et aussi « *les restrictions liées à l'exploitation publicitaire sur le territoire communal, les contraintes formulées à l'égard du mobilier urbain au sein du RLP restreignant les moyens...* ».

JCDecaux propose : « *de supprimer toutes contraintes de format à l'égard du mobilier urbain publicitaire au sein du RLP...* ».

JCDECAUX propose de modifier l'article I.1.2 : Détermination de la hauteur et de la surface. Avec aussi des remarques sur l'utilisation du mobilier urbain.

La commune souhaite garder la maîtrise de la réglementation relative à son mobilier urbain.

Cette observation n'est pas prise en compte.

Le commissaire enquêteur n'a pas d'opposition, les différentes catégories de mobilier urbain ne sont pas assimilées à des dispositifs publicitaires, le mobilier urbain n'a pas pour destination principale de recevoir des publicités. La commune peut-donc conserver sa réglementation.

Partie K : Réponses de La Ville du Bois aux questions posées par le Commissaire Enquêteur

Question-1

L'association BVVB, après avoir apprécié que ce RLP soit plus contraignant que le RLP national souhaite que les enseignes numériques soient interdites sur l'ensemble des 3 zones de publicité, ces modèles provoquent une gêne visuelle pour les automobilistes.

- Quel est l'avis de la commune sur le principe d'installation des enseignes numériques. Combien de publicités numériques sont installées sur la commune, des plaintes ont-elles été enregistrées sur ce sujet ?

Réponse-1

- Combien de publicités numériques sont installées sur la commune ? : Aucune
Des plaintes ont-elles été enregistrées sur ce sujet ? : Aucune

Quel est l'avis de la commune sur le principe d'installation des enseignes numériques :

*La commune maintient la possibilité d'installer des enseignes numériques car elle estime que les enseignes (toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce) n'apportent pas de gêne avérée aux automobilistes. De plus, elles sont éteintes 1 heure après la cessation de l'activité et jusqu'à 7 heures du matin, limitant ainsi les éventuelles troubles visuelles nocturnes.
Cette observation n'est pas prise en compte.*

Le commissaire enquêteur n'a pas d'opposition sur le maintien de cette règle au RLP dans la mesure où aucune enseigne numérique n'est installée sur la commune, aucune plainte n'a été enregistrée.

Question-2

S'agissant des remarques et des demandes de l'UPE portant notamment sur les problématiques suivantes :

- Les diverses problématiques liées au code de la route
- La conception et les formes des passerelles sur certains panneaux publicitaires
- Le format des panneaux publicitaires lié à chaque zone

Quels est l'avis de la commune sur ces divers points ? Combien d'enseignes de ce type sont actuellement installées sur la commune ?

Les diverses problématiques liées au code de la route (L'UPE propose de supprimer les réglementations connexes : code de la route, code de la voirie routière, code général des collectivités territoriales)

Réponse-2

La commune maintient les références aux réglementations connexes, cela permet une meilleure information du lecteur et la possibilité de se référer aisément aux sources réglementaires mise en œuvre.

Cette observation n'est pas prise en compte.

La conception et les formes des passerelles sur certains panneaux publicitaires.

(L'UPE propose d'interdire les passerelles lorsqu'elles sont visibles de la voie publique. Toutefois, autoriser les passerelles lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser).

Aucun dispositif de ce type recensé sur le territoire.

Pour une meilleure intégration de la publicité dans son environnement, il n'est pas souhaitable d'autoriser les passerelles.

Cette observation n'est pas prise en compte.

(L'UPE précise que 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.

La publicité, les enseignes et les préenseignes sont soumises aux dispositions issues du code de l'environnement et non du code du travail. Le RLP n'a donc pas vocation à traiter de ce sujet.

Cette observation n'est pas prise en compte.

Le format des panneaux publicitaires lié à chaque zone

(L'UPE propose pour la détermination de la surface du dispositif 10,50 m² maxi mais avec un format affiche limité à 8 m²)

***Cette observation est prise en compte.** En conséquence les articles*

- *II.2.2 Publicité scellée au sol (p.15)*
- *III.2.2 Publicité scellée au sol (p.24)*

Seront modifiés ainsi : Surface unitaire 10,50 m² (encadrement compris)

L'UPE propose également d'ajouter dans l'article R.110-2, la décision de principe du Conseil d'État issue du 2 mars 1990 :

« Décision du 2 mars 1990 « Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports c/ Société Publi System », N°68134 confirmée par un arrêt du 26 novembre 2012 N°352916) qui précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie et leur positionnement par rapport au bâti »

Cette observation est prise en compte par la commune.

En conséquence l'art. R.110-2 sera complété par la décision du CE (p.55)

Le commissaire enquêteur note que la commune ne dispose pas de ce type de passerelle.

Concernant la détermination du dispositif de l’affichage, la commune respectera les préconisations règlementaires : dispositif de 10,50 m2 maxi mais avec un format d’affiche limité à 8 m2.

S’agissant de la suppression des réglementations connexes relatives au code de la voirie routière, et du code général des collectivités territoriales. **Le commissaire enquêteur** n’a pas d’opposition au maintien de cette réglementation au RLP. La consultation de la réglementation sera ainsi facilitée.

Question-3

JC Decaux propose : « de supprimer toutes contraintes de format à l’égard du mobilier urbain publicitaire au sein du RLP...

- À propos des contraintes évoquées par JCDecaux, quelles réponses peut apporter la commune sur la « surface unitaire de la publicité, et les hauteurs des précisions à apporter sur le mobilier urbain », les restrictions à l’égard du mobilier urbain étant jugées surabondantes.

Plus généralement JCDecaux « propose de supprimer toutes contraintes sur le format du mobilier urbain publicitaire au sein du RLP... ».

- Quel est l’avis de la commune sur les divers points abordés par JCDecaux dans sa lettre de remarques concernant le RLP de la commune de La Ville du Bois.

Réponse-3

Concernant la proposition de supprimer toutes contraintes sur le format du mobilier urbain publicitaire au sein du RLP.

Le RLP pouvant adapter au contexte local les dispositions prévues par le RNP en matière d’utilisation du mobilier urbain comme support de publicité et de publicité numérique (art. R.581-42 code de l’environnement), la commune souhaite garder la maîtrise de la réglementation relative à son mobilier urbain.

Cette observation n’est pas prise en compte.

Concernant la proposition de modifier l’article I.1.2 Détermination de la hauteur et de la surface. « Préciser que la surface de la publicité apposée sur le mobilier urbain s’entend hors encadrement ».

La commune précise que les différentes catégories de mobilier urbain ne sont pas assimilées à des dispositifs publicitaires, le mobilier urbain n’a pas pour destination principale de recevoir des publicités. Par conséquent, la surface unitaire de la publicité apposée sur le mobilier urbain s’apprécie hors encadrement.

Cette observation est prise en compte.

La commune accepte d’apporter cette précision au RLP comme suit :

- *Article 1.1.2 : Détermination de la hauteur et de la surface (p.8)- Ajout (...)
« Toutefois, la surface unitaire de la publicité apposée sur le mobilier urbain s'apprécie hors encadrement ».*

JCDECAUX précise qu'en ANNEXE 1 - Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire, l'article R.581-42 n'est pas retranscrit dans son intégralité.

Cette observation est prise en compte par la commune l'article R.581-42 (p. 50) sera complété

Le commissaire enquêteur n'a pas d'opposition, les différentes catégories de mobilier urbain ne sont pas assimilées à des dispositifs publicitaires, le mobilier urbain n'a pas pour destination principale de recevoir des publicités. La commune peut-donc conserver sa réglementation.

Le texte relatif au glossaire sera redéfini.

Le 11 mars 2021
Jean-Pierre MEUR,
Le maire

**ENQUÊTE PUBLIQUE
CONCLUSIONS MOTIVÉES**

**PROJET DE REVISION
DU PLAN LOCAL DE PUBLICITÉ
COMMUNE DE LA VILLE DU BOIS**

Cette enquête publique est organisée afin d’informer le public et de recueillir ses observations et propositions sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de La Ville du Bois.

Par délibération du 28 février 2017, le Conseil Municipal prescrit la révision du Règlement Local de Publicité. La délibération fixe les objectifs du RLP et définit les modalités de la concertation.

Le 2 juillet 2019, un débat sur les orientations du Règlement Local de Publicité a été organisé au sein du Conseil Municipal.

De juin à novembre 2019, se déroule une concertation sur le projet de Règlement Local de Publicité.

Le bilan de la concertation et l’arrêt du RLP ont été adoptés à l’unanimité lors de sa séance du 4 février 2020 du conseil municipal.

L’enquête Publique a été organisée conformément à l’arrêté N°2020AG228 du 24 décembre 2020 de la commune de La Ville du Bois. L’enquête s’est déroulée sans incident sur une durée consécutive de 30 jours, du 25 janvier 2021 au 23 février 2021 inclus.

Le public pouvait consulter le dossier d’enquête en mairie à l’accueil de la Direction des Services Techniques 20, rue Amboise Paré et sur le site Internet de la ville.

Les observations et propositions du public pouvaient être inscrites sur le registre d’enquête ou transmises pendant la durée de l’enquête à l’adresse électronique suivante : juridique.direction@lavilledubois.fr

Un avis d’enquête publique a été affiché sur les panneaux administratifs de la commune, il a été publié dans deux journaux locaux habilités à recevoir les annonces légales dans le département :

- Le Parisien des 7 et 28 janvier 2021

- Le Républicain des 7 et 28 janvier 2021

Ces annonces ont été diffusées conformément à la réglementation, quinze jours au moins avant le début de l'enquête et pendant l'enquête publique.

Les permanences du Commissaire Enquêteur se sont déroulées à la Direction des Services Techniques de La Ville du Bois - 20, rue Amboise Paré.

-le lundi 25 janvier 2021 de 14h30 à 17h30

-le samedi 13 février 2021 de 9h15 à 12h15

-le mardi 23 février 2021 de 14h30 à 17h30.

Avant le début de l'enquête publique, le 18 janvier 2021, avec Madame Christine MERMET, Responsable des Affaires Générales et Juridique, le contenu du dossier d'enquête publique relatif à la révision du Règlement Local de Publicité de la commune de La Ville du Bois m'a été présenté. Ensemble nous avons effectué la visite du territoire communal, notamment les secteurs concernés par le RLP.

Pendant mes trois permanences, j'ai constaté l'absence de public. Cependant, quatre remarques ont été transmises via l'adresse électronique prévue dans l'arrêté municipal organisant l'enquête publique. Il convient de noter qu'une remarque ne concernait pas le RLP mais était entièrement consacrée à la concertation relative au Plan Local d'Urbanisme de la commune.

Le 9 mars, 2021 une réunion a été organisée en mairie de la Ville du Bois avec Monsieur le maire Jean-Pierre MEUR et Madame Christine MERMET pour examiner les remarques reçues après l'enquête publique et les réponses apportées par la commune.

La composition du dossier d'enquête publique comprend : le rapport de présentation qui s'appuie sur la connaissance du contexte communal et sur un diagnostic publicitaire. Il définit les orientations et les objectifs de la commune et explique les choix retenus.

La partie réglementaire comprend la rédaction des règles spécifiques applicables à l'ensemble du territoire ou selon un zonage défini. Un rappel de certaines règles nationales.

Les annexes sont constituées de documents graphiques matérialisant les différentes zones du Règlement Local de Publicité et s'ils sont existants les périmètres de protection identifiés sur le territoire communal.

Il est également joint l'arrêté municipal fixant les limites du territoire et son plan graphique.

Préambule. L’affichage publicitaire (*publicité, enseigne, préenseigne*) participe à l’animation de la ville, à son économie, à son image et à son cadre de vie.

Il est un indicateur d’une réalité économique : celle de toute la chaîne d’acteurs qui concourent à l’acte de l’affichage publicitaire : « *le fabricant, l’installateur, l’afficheur, l’exploitant, le propriétaire du terrain sur lequel est implanté le dispositif* ». Ce peut être un enjeu important pour les communes.

L’affichage publicitaire est un élément constitutif du paysage et de l’environnement : « *les centres-villes, les axes routiers, les zones d’activités, les entrées de ville* », sont les lieux privilégiés du développement de l’affichage publicitaire. Cependant, ces secteurs contribuent fortement à forger l’image du territoire communal, image visuelle qui peut rentrer en contradiction avec l’image économique et environnementale.

Motivation de mes conclusions

Afin de fonder un avis motivé sur le Règlement Local de Publicité, chacun des nombreux supports de publicité a été pris en compte, par zone et par type de support publicitaire. Les points décrits dans le dossier d’enquête apportant des modifications sensibles ont été examinés au regard des enjeux et des orientations arrêtés par ville.

Considérant l’ensemble des éléments du dossier d’enquête publique : le rapport de présentation, le règlement, les remarques reçues pendant l’enquête et les réponses apportées par la commune.

Considérant que la concertation amont a été menée régulièrement et le bilan de la concertation approuvé par le conseil municipal.

Considérant la procédure d’enquête publique conduite selon toutes les dispositions du code de l’environnement et de l’urbanisme, elle a permis au public et aux professionnels concernés de s’exprimer librement.

Les trois zones de publicité

Zone de publicité n°1, elle correspond au secteur situé sur la RN 20, des règles plus restrictives sont instaurées permettant d’éviter toute prolifération excessive et toute implantation anarchique.

Zone de publicité n°2, les enseignes peuvent dans certains cas prendre des proportions disproportionnées. Leurs régulations s’avèrent donc nécessaires. Pour cette raison des règles restrictives, appropriées aux zones d’activités sont instituées en considérant les caractéristiques des enseignes.

Zone de publicité n°3, elle correspond au centre-ville historique et à l’ensemble des quartiers d’habitat pavillonnaire. Les conditions d’implantation prévues sont restrictives et maîtrisées. Pour la partie pavillonnaire avec des commerces disséminés en petit nombre une quiétude ambiante pourra

ainsi être conservée.

Mon avis : Ces trois zones correspondent bien à la structure de la ville : centre-ville, secteur de la RN 20, zones d'activités. Au regard du diagnostic effectué les trois zones prennent en compte les orientations et les objectifs définis par le Conseil Municipal.

Les dispositions réglementaires inscrites dans le projet de révision du RLP s'intègrent bien dans les orientations et les objectifs retenus par la commune, notamment avec les points du règlement et les types et supports de publicité rappelés ci-dessous :

- La publicité murale apposée sur les bâtiments est interdite ;
- La publicité sur les bâches et les façades non commerciales n'est pas autorisée ;
- La publicité scellée au sol dans le cœur historique et les zones résidentielles (**ZP3**) fait l'objet d'une réglementation stricte, seule la publicité apposée sur le mobilier urbain est autorisée ;
- L'Introduction de règles esthétiques destinées à garantir une bonne intégration dans leur environnement des dispositifs publicitaires scellés au sol ;
- La publicité sur toiture ou en terrasse a été interdite à l'ensemble des Zones de Publicité.
- La publicité est admise sur le mobilier urbain, elle sera limitée en surface unitaire. La commune assurera le contrôle du nombre et de la localisation des dispositifs installés sur le domaine public ;
- La publicité numérique, ou éclairée par projection, ou tout autre dispositif lumineux, est interdit, à l'exception de la publicité éclairée par transparence. Les publicités éclairées par transparence doivent être éteintes entre 23 heures et 6 heures ;
- Les enseignes apposées sur façades ; des règles strictes seront appliquées au RLP pour préserver la qualité paysagère du lieu de l'activité exercée ;
- Les enseignes sur clôtures sont interdites dans le secteur faisant l'objet d'un renouvellement urbain (**ZP1**) ;
- Les enseignes sur les toitures ou en terrasse ont été proscrites en **ZP1 et ZP3**. La densité est limitée à une enseigne sur toiture ou terrasse par voie bordant l'activité signalée ;

Les enseignes lumineuses

- Les enseignes lumineuses doivent être éteintes au plus tard 1 heure après la cessation de l'activité et peuvent être rallumées au plus tôt 1 heure avant la reprise de l'activité ;
- Dans chaque Zone de Publicité, les enseignes à faisceaux de rayonnement laser, ainsi que

l'éclairage des enseignes par tubes au néon et les caissons lumineux sont interdits ;

- Les enseignes lumineuses devront privilégier les systèmes économes en énergie (LED) ou à énergies renouvelables ;

A mon avis les points mentionnés ci-dessus relatifs aux types et aux supports de publicité apportent des réponses satisfaisantes aux objectifs et aux orientations de la commune dans le projet de RLP notamment pour :

- ✚ Les caractéristiques du territoire ;
- ✚ Les facteurs déterminant de l'image de la ville ;
- ✚ L'identité paysagère du territoire qu'elle soient naturelle ou bâtie ;
- ✚ L'attractivité du centre-ville, des zones d'activités économiques et commerciales.

RECOMMANDATIONS

Compte tenu de la vétusté et du mauvais entretien de certaines enseignes de publicité, la commune de la Ville du Bois devra restée attentive sur ce point. Elle pourra intervenir près des prestataires pour rechercher les améliorations esthétiques attendues, notamment sur la partie des nouveaux bâtiments (habitat et commerces) qui entrent dans le projet de réhabilitation de la RN 20 traversant le territoire de la commune.

Pour les motivations présentées dans les conclusions du rapport d'enquête, après avoir étudié le projet de révision du Règlement Local de Publicité, reçu et analysé les remarques du public et des PPA, visité le territoire communal, rencontré le maire et les services concernés de la mairie, examiné les réponses de la commune aux questions posées après l'enquête publique je donne UN AVIS FAVORABLE avec recommandations au projet de révision de du Règlement Local de Publicité de la commune de La Ville du Bois.

Fait à Bondoufle le 16 Mars 2021

Le Commissaire Enquêteur

Jean-Claude DOUILLARD

