

Accusé de réception en préfecture  
078-200059889-20220317-CC2022-03-17\_15-DE  
Date de télétransmission : 25/03/2022  
Date de réception préfecture : 25/03/2022

# RLPi

Construire ensemble  
Grand Paris Seine & Oise



## BILAN DE LA CONCERTATION POUR L'ELABORATION DU RLPi

PROJET RLPi ARRÊTÉ VU POUR ÊTRE ANNEXÉ À LA  
PRÉSENTE DÉLIBÉRATION DU CONSEIL  
COMMUNAUTAIRE EN DATE DU 17 MARS 2022

Le Président

Cécile ZAMMIT-POPESCU



Bilan de la concertation - projet de RLPi

[2]



# SOMMAIRE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>I. INTRODUCTION .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>II. LE DÉROULEMENT GÉNÉRAL DE LA CONCERTATION.....</b>  | <b>7</b>  |
| A. LES MOYENS D'INFORMATION MIS EN ŒUVRE .....   | 8         |
| 1. Une annonce légale et par voie d'affichage .....  | 8         |
| 2. Le communiqué de presse d'annonce de l'ouverture de la concertation .....   | 9         |
| 3. Le site internet dédié.....   | 9         |
| 4. Le dossier de concertation.....   | 10        |
| 5. L'exposition .....  | 10        |
| 6. Les lettres d'information numériques.....   | 11        |
| 7. La vidéo de présentation « le RLPi en 2 minutes » .....   | 12        |
| 8. Les relais dans les médias locaux et institutionnels .....  | 13        |
| 9. Une annonce de clôture.....   | 15        |
| B. LES MOYENS DE PARTICIPATION PROPOSES .....  | 15        |
| 1. La réunion publique « en visioconférence » du 9 mars 2021 .....   | 15        |
| 2. La réunion publique « en visioconférence » du 23 novembre 2021 .....  | 16        |
| 3. Les réunions avec les acteurs .....   | 17        |
| C. LES OUTILS DE CONTRIBUTION.....   | 17        |
| <b>III. LES AVIS EXPRIMÉS.....</b>   | <b>18</b> |
| A. LA SYNTHÈSE DES AVIS .....  | 18        |
| B. LES AVIS PAR THEMES .....   | 20        |
| 1. Des propositions de règles .....  | 20        |
| 2. Des questions .....   | 21        |
| 3. L'ambition de la démarche.....  | 22        |
| 4. La place de la publicité .....  | 22        |
| 5. La mise en œuvre du RLPi .....  | 23        |
| <b>IV. LES ENSEIGNEMENTS DE LA CONCERTATION.....</b>   | <b>24</b> |
| A. BILAN QUALITATIF DES CONTRIBUTIONS REÇUES ET OBSERVATIONS EXPRIMÉES.....  | 24        |
| B. TRADUCTION DES PRINCIPALES CONTRIBUTIONS DANS LE PROJET DE RLPi .....   | 25        |
| 1. L'engagement de la collectivité à encadrer et réduire fortement les possibilités d'installation de dispositifs numériques .....                 | 25        |
| 2. Une double logique d'homogénéisation des règles à l'échelle de tout le territoire et de graduation des règles selon les ambiances urbaines..... | 25        |
| 3. Le traitement différencié de la publicité sur mobilier urbain .....   | 26        |
| 4. La recherche de la qualité des enseignes, sans brider la liberté du commerce ni le pouvoir d'appréciation des maires .....                      | 26        |
| <b>V. ANNEXES.....</b>   | <b>28</b> |



## I. INTRODUCTION

Panneaux de 12 m<sup>2</sup> le long des voies de circulation, pancartes plantées en bordure de routes ou accrochées aux clôtures, bandeaux colorés et parfois lumineux sur les façades des magasins...

L'affichage publicitaire et l'enseigne tiennent une place importante sur le territoire et sont le reflet d'un fort dynamisme économique. Cependant, la multiplication des installations ne facilite ni l'identification des annonceurs, ni la lecture des messages mais participe bel et bien à l'augmentation de la pollution visuelle.

La réglementation nationale ne permet pas d'encadrer suffisamment l'installation de ces publicités, enseignes et préenseignes. Seulement dix-huit communes de la Communauté urbaine se sont dotées de règles communales spécifiques.

C'est pourquoi la Communauté urbaine Grand Paris Seine & Oise s'est engagée dans l'élaboration du règlement local de publicité intercommunal (RLPi). Véritable outil de planification en matière d'affichage publicitaire, le RLPi doit permettre d'instaurer un principe d'harmonisation et de cohérence pour l'implantation des panneaux publicitaires, enseignes et préenseignes, à l'échelle des 73 communes.

Le contexte urbain et le tissu commercial en perpétuelle évolution nécessitent une vision et des règles à l'échelle communautaire avec les objectifs suivants :

- renforcer l'attractivité et le dynamisme des activités commerciales et de services en privilégiant des dispositifs publicitaires de qualité et assortis sur tout le territoire ;
- améliorer l'efficacité des installations sur le principe du « moins mais mieux » ;
- lutter contre la pollution visuelle et préserver ainsi le patrimoine naturel et bâti en garantissant l'intégration des signalisations dans l'environnement.

Le RLPi s'est construit à l'échelle du territoire de la Communauté urbaine. Il remplacera les règlements communaux existants. Pour mener à bien ce projet, la Communauté urbaine a mis en œuvre un travail de collaboration avec :

- les 73 communes ;
- l'État, la Chambre de Commerce et d'Industrie, la Chambre des Métiers, le Parc naturel régional du Vexin français... en tant que personnes publiques associées (PPA) ;
- les professionnels concernés : les fédérations ou unions des professionnels de la publicité et des enseignes, les sociétés d'affichage, les commerçants... ;

Les habitants, les associations agréées de protection de l'environnement et tous les acteurs intéressés par la démarche ont également pu participer à l'élaboration du document à travers la concertation préalable obligatoire.

Ce bilan a pour ambition de présenter le contexte et les modalités de cette concertation. Il a vocation à recenser les moyens mis en œuvre pour permettre au public de s'informer et de s'exprimer sur la démarche. Il évoque enfin les avis exprimés et les enseignements que la Communauté urbaine a pu tirer de cette phase de libre expression pour écrire le RLPi.

Il est important de rappeler le contexte sanitaire dans lequel s'est déroulée cette concertation. L'épidémie de Covid et les différentes restrictions sanitaires successives entre janvier 2020 et décembre 2021 (confinements, interdictions de rassemblements...) ont légèrement perturbé le déroulement de la démarche et modifié certaines modalités d'organisation, pour les réunions publiques notamment qui se sont toutes tenues à distance. Toutefois, des moyens « physiques » d'accès à l'information ont été conservés à chaque fois que cela a été possible : affichages en communes, dossier de concertation consultable dans les mairies...

## II. LE DÉROULEMENT GÉNÉRAL DE LA CONCERTATION

La concertation sur le projet de RLPi est organisée en application des articles L. 103-2 et suivants du code de l'urbanisme.

La concertation avec le public s'est engagée selon les modalités prévues par la délibération du Conseil communautaire du 12 décembre 2019. Elle s'est déroulée pendant toute la durée de l'élaboration du projet avec les habitants, les associations agréées de protection de l'environnement et tous les acteurs intéressés par la démarche.

En vue de l'arrêt du projet de RLPi par le Conseil communautaire, lors de son conseil du 15 février 2022, cette phase de concertation s'est arrêtée le 19 décembre 2021.

Par délibération en date du 12 décembre 2019, le Conseil communautaire a décidé d'engager la concertation préalable en poursuivant les objectifs suivants :

- Fournir une information claire sur le projet de RLPi pendant la durée des études nécessaires à son élaboration ;
- Permettre l'expression des attentes, des idées et des avis sur les orientations et propositions en matière d'affichage extérieur qui sera décliné dans le projet de règlement local de publicité ;
- Encourager une participation en organisant le recueil des avis de tous ceux qui souhaitent apporter leur contribution à l'élaboration de ce document réglementaire.

Il a été retenu de mettre en œuvre les modalités de concertation suivantes :

- Une annonce par voie d'affichage et dans la presse locale de l'ouverture et de la clôture de la phase de concertation ;
- Une information régulière durant toute la phase de la concertation sur les avancées du projet par la mise à disposition d'un dossier de concertation ainsi que sur le site internet dédié à l'élaboration du RLPi. Ce dossier sera complété au fur et à mesure de l'avancement des études jusqu'à l'arrêt du projet ;
- Une exposition proposée pendant l'élaboration du projet dans différents lieux du territoire (locaux de la Communauté urbaine et principales communes) ;
- Des réunions d'échanges et de concertation, générales ou thématiques adressées à différents types de publics dont les professionnels de la publicité et au moins deux réunions publiques ouvertes à la totalité de la population ;
- La possibilité de faire connaître ses observations en les consignnant sur le site internet dédié à l'élaboration du RLPi ou en les adressant par écrit au siège de la Communauté urbaine.

Conformément à ces engagements et afin de recueillir le plus grand nombre d'avis, plusieurs modalités d'information et d'expression du public ont été mises en œuvre :

- Un site internet dédié, à l'adresse <https://rlpi.gpseo.fr> ;

- Un dossier de concertation à télécharger ou à consulter à l'accueil de l'une des 73 mairies du territoire ;
- Des documents qui ont rythmé l'élaboration du RLPi : une exposition proposée aux communes, trois lettres d'informations numériques, un film de présentation... ;
- La possibilité d'adresser des contributions via :
  - Le formulaire « je m'exprime » mis en ligne sur le site internet dédié ;
  - Le message électronique à l'adresse [construireensemble@gpseo.fr](mailto:construireensemble@gpseo.fr) ;
  - Le courrier postal à l'attention du président de la Communauté urbaine, Immeuble Autoneum, rue des Chevries - 78410 Aubergenville.
- Deux réunions publiques « à distance » ouvertes à toutes et à tous organisées les 9 mars 2021 et 23 novembre 2021 ;
- Des réunions d'échanges à destination d'acteurs spécifiques :
  - Les 30 mars 2021 et 7 octobre 2021 avec les professionnels de l'affichage ;
  - Le 28 juin 2021 avec les associations de protection de l'environnement ;
  - Le 13 septembre 2021 avec les commerçants et entrepreneurs du territoire.

## A. Les moyens d'information mis en œuvre

Un dispositif adapté a été mis en place pour informer le public sur la tenue de la concertation et sur le projet afin de permettre à chacun de participer à la démarche de manière éclairée.

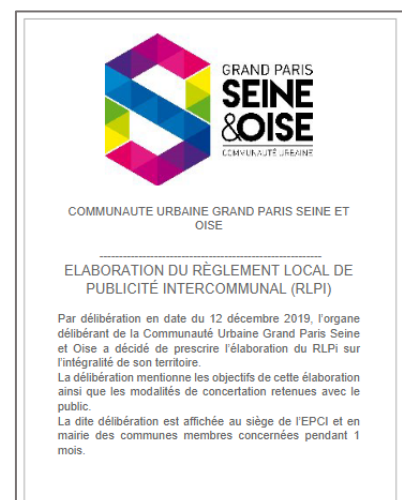
Une charte graphique spécifique a été créée pour permettre d'identifier plus facilement tous les supports de communication sur le sujet.

### 1. Une annonce légale et par voie d'affichage

La délibération en date du 12 décembre 2019 relative à la prescription de l'élaboration du RLPi ainsi que les modalités de concertation avec le public retenues a été affichée pendant un mois :

- Au siège de la Communauté urbaine à Aubergenville ;
- Dans les mairies des 73 communes du territoire.

Cette délibération a fait l'objet d'une annonce légale parue le 18 mars 2020 dans le Courrier des Yvelines.





Afin de diffuser l'information au plus près des habitants, une affichette a été proposée début décembre 2020 aux 73 mairies de la Communauté urbaine, à apposer dans leurs locaux selon leurs habitudes.



## 2. Le communiqué de presse d'annonce de l'ouverture de la concertation

Un communiqué de presse dédié à la concertation sur le RLPi a été adressé à la presse locale et aux collectivités concernées le 21 décembre 2020.

## 3. Le site internet dédié

Le 9 décembre 2020, la Communauté urbaine a mis en ligne un site internet dédié au projet. Ce site internet, mis à jour régulièrement pendant toute la durée de la concertation, comprend plusieurs rubriques :

- « L'élaboration du RLPi » qui présente la procédure de RLPi, son contenu et son calendrier ;
- « Participer » qui évoque les modalités de concertation avec la population et de collaboration avec les communes ;
- « Documentation » qui recense tous les supports d'information liés à la procédure (lettres d'information, comptes-rendus de réunions, supports de présentation...) ;
- « Je m'exprime » qui donne accès au formulaire de contribution au RLPi.

Au total, 3 300 internautes ont visité le site internet, avec des pics de connexion remarquables avant et après les deux réunions publiques, ainsi qu'à l'approche de la clôture de la concertation, des étapes importantes de la démarche qui ont fait l'objet de communications spécifiques.



## 4. Le dossier de concertation

Un dossier de concertation sur le projet et sur les modalités de concertation a été constitué : il réunit différents documents d'information sur le projet (délibérations, lettres d'information, supports de présentation...). Ce dossier a été mis à disposition du public dans chacune des 73 communes de la Communauté urbaine en décembre 2020 et mis en ligne sur le site internet dédié à l'élaboration du RLPi.

Il se composait :

- du courrier d'accompagnement aux communes ;
- de l'affiche d'ouverture de la concertation ;
- du communiqué de presse sur le sujet et l'ouverture de la concertation ;
- de la délibération de prescription ;
- de la délibération de collaboration avec les communes ;
- du diaporama de présentation du dossier.

Le dossier a été mis à jour à deux reprises :

> en juillet 2021 :

- l'exposition ;
- les deux lettres d'informations ;
- le diaporama de la réunion publique n°1 ;
- le compte-rendu de la réunion publique n°1.

> puis en novembre 2021 :

- la lettre d'information n°3 ;
- le diaporama de la réunion publique n°2 de novembre 2021 ;
- l'affiche de la clôture de la concertation.



## 5. L'exposition

Sous la forme d'un triptyque, l'exposition consacrée au RLPi a été conçue et diffusée en juin / juillet 2021. Y sont abordés les principes du projet, le diagnostic territorial et les modalités de la concertation. Les 73 communes ont été sollicitées pour afficher cette présentation dans leurs locaux. Un affichage a également été effectué dans les locaux de la Communauté urbaine (Aubergenville et Magnanville).

Les trois panneaux ont enfin été mis en ligne sur le site internet dédié au RLPi et ajouté au dossier de concertation.

Bilan de la concertation - projet de RLPi

[10]



Elle a été exclusivement diffusée par voie dématérialisée : mise en ligne sur le site internet et envoyée par mail à une liste de diffusion spécifique (contributeurs au projet, personnes intéressées par les démarches similaires menées par la Communauté urbaine comme le plan local d'urbanisme...).

Publiée le 3 septembre 2021, la deuxième lettre d'information RLPi faisait le point sur les règles applicables aujourd'hui sur le territoire, en matière de publicité, de préenseigne et d'enseigne. Elle a été diffusée selon les mêmes modalités que le premier numéro.



Publiée le 25 novembre 2021, la troisième lettre d'information RLPi dévoilait les grands principes du zonage et du règlement envisagés par la communauté urbaine. Elle a été diffusée selon les mêmes modalités que les numéros précédents.

## 7. La vidéo de présentation « le RLPi en 2 minutes »

À quoi sert un règlement local de publicité intercommunal ? Comment le RLPi de Grand Paris Seine & Oise est-il élaboré ? Dans quel calendrier ?

Autant de questions qui ont trouvé réponse dans une vidéo de 2 minutes produites par la Communauté urbaine et mise en ligne sur le site internet du projet, sur la page Youtube de la Communauté urbaine et diffusée en réunion publique.

La vidéo a été visionnée 127 fois.



## 8. Les relais dans les médias locaux et institutionnels

Les supports de communication digitaux de la Communauté urbaine (site internet, page Facebook, compte Twitter) se sont fait le relais des actions de communication et de concertation à toutes les étapes du projet (annonce des réunions publiques, mise en ligne des lettres d'information...).

Les villes du territoire ont également participé à la communication autour du projet, pour un total d'au moins 83 publications, notamment :

- Achères
- Andrésy
- Aubergenville
- Aulnay-sur-Mauldre
- Boiville-en-Mantois
- Breuil-Bois-Robert
- Carrières-sous-Poissy
- Chanteloup-les-Vignes
- Conflans-Sainte-Honorine
- Drocourt
- Ecquevilly
- Follainville-Dennemont
- Fontenay-Saint-Père
- Gargenville
- Guerville
- Hargeville
- Issou
- Jouy-Mauvoisin
- Jumeauville
- Juziers
- La Falaise
- Les Alluets
- Les Mureaux
- Limay
- Mantes-la-Ville
- Meulan-en-Yvelines
- Mézières-sur-Seine
- Montalet-le-Bois
- Nézel
- Oinville-sur-Montcient
- Orgeval
- Poissy
- Porcheville
- Saint-Martin-la-Garenne
- Triel-sur-Seine



- Vaux-sur-Seine
- Verneuil-sur-Seine
- Vernouillet
- Villennes-sur-Seine
- ...



Enfin, la presse locale a couvert le sujet à plusieurs reprises via :

- Des articles dans la Gazette des Yvelines, Le Parisien et Les Échos
- Le site internet du « Journal des deux rives »
- La radio Évasion FM



Bilan de la concertation - projet de RLPi



## 9. Une annonce de clôture

Afin de diffuser l'information au plus près des habitants, une affichette a été proposée début novembre 2021 aux 73 mairies de la Communauté urbaine, à apposer dans leurs locaux selon leurs habitudes.

Cette information a fait l'objet de deux annonces légales parues le 1<sup>er</sup> décembre 2021 dans le Courrier des Yvelines et Le Parisien

**Annonces légales**

Tarif de référence stipulé dans l'arrêté ministériel du 7 décembre 2020 soit 5,14 € ht la ligne

Les annonces sont informés que, conformément au décret no 2012-1547 du 28 décembre 2012, les annonces légales portant sur les sociétés et fonds de commerce concurrencés et publiées dans les journaux d'annonces légales, sont obligatoirement mises en ligne dans une base de données numérique centrale, www.actulegales.fr.

Département 78 - Le Courrier des Yvelines  
Mercredi 1er décembre 2021

**Autres marchés**

Ville d'Orgeval  
Création d'un tiers-lieu dans le parc de la Brunsterie  
PROCÉDURE ADAPTÉE

**Avis administratifs**

Elaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

**Adjudications Immobilières**

Vente aux Enchères Publiques

Le Grand Parisien - MERCREDI 1<sup>er</sup> DÉCEMBRE 2021

LES MARCHÉS PUBLICS  
Consultez aussi nos annonces sur <http://avisdemarches.leparisien.fr>

**Avis divers**

Appel à projets Candidatures

VILLE D'ORGEVAL

AVIS D'APPEL A PROJET POUR LA CREATION D'UN TIERCE LIEU DANS LE PARC DE LA BRUNSTERIE A ORGEVAL (78500)

Elaboration du Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)

COMMUNAUTÉ URBAINE GRAND PARIS SEINE & OISE

**RLPi**  
Communauté urbaine  
Grand Paris Seine & Oise

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE INTERCOMMUNAL

**CLÔTURE DE LA CONCERTATION**

Vous pouvez participer au projet jusqu'au dimanche 19 décembre 2021 à minuit

→ Plus d'infos : [rplp.gpseo.fr](http://rplp.gpseo.fr)

Quelle place tenons-nous la publicité dans nos espaces publics ?

Quelles règles faut-il définir pour assurer les habitants ?

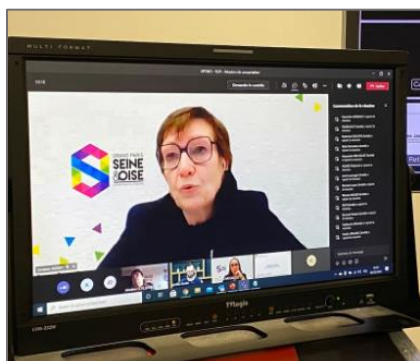
Consultation ouverte à toutes les communes de la Communauté Urbaine

SEINE & OISE  
COMMUNAUTÉ URBAINE

## B. Les moyens de participation proposés

Afin d'échanger avec les habitants, les élus, les associations et les professionnels, de répondre à leurs interrogations ou de recueillir leurs avis, plusieurs modalités de participation ont été mises en place.

### 1. La réunion publique « en visioconférence » du 9 mars 2021



La première réunion publique s'est déroulée le mardi 9 mars 2021, en visioconférence. Réunissant plus de 50 participants, elle a permis à Suzanne Jaunet, Vice-présidente déléguée aux relations aux communes et à la ruralité, de rappeler les enjeux et objectifs poursuivis dans l'élaboration du RLPi.

Après une présentation du projet, un temps d'échanges, en alternant les prises de parole de vive voix et la lecture des questions et avis arrivant sur le fil de discussion, a permis aux uns et aux autres de poser leurs questions et de transmettre leurs avis.

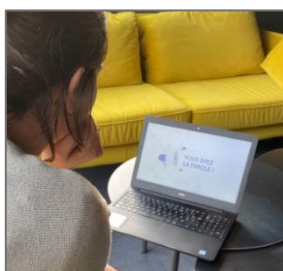


Enregistrée, la session a été proposée en rediffusion sur le site internet dédié.

L'annonce de cette réunion publique a été faite sur le site internet dédié, par affichage dans les mairies et en relais sur les réseaux sociaux de la Communauté urbaine. Elle a également été insérée dans la lettre d'information numérique n°1.



## 2. La réunion publique « en visioconférence » du 23 novembre 2021



Organisée le mardi 23 novembre 2021 en visioconférence, comme la première fois, la deuxième réunion publique sur l'élaboration du RLPi a permis de présenter les grands principes du règlement et du zonage envisagés. Une quarantaine de participants a pu prendre connaissance des propositions et échanger avec l'équipe-projet.

Enregistrée elle aussi, la session a pu être (re)visionnée sur le site internet dédié au projet.

Comme pour la première réunion, différents supports de communication ont permis d'annoncer le rendez-vous : information sur le site internet dédié, affichage dans les mairies, relais sur les réseaux sociaux de la Communauté urbaine.



Bilan de la concertation - projet de RLPi



### 3. Les réunions avec les acteurs principalement concernés

En complément, du dispositif « grand public », des temps de présentation et d'échanges spécifiques se sont tenus :

- Les 30 mars 2021 et 7 octobre 2021 avec 11 professionnels de l'affichage ; une invitation nominative a été envoyée par mail ;
- Le 28 juin 2021 avec les associations de protection de l'environnement. Un mailing a permis d'inviter 34 associations. Sept associations étaient présentes à la réunion.
- Le 13 septembre 2021 avec les commerçants et entrepreneurs du territoire ; un mailing d'invitation a été transmis par la Communauté urbaine, l'annonce a également été relayée par les communes, sur le site internet dédié au RLPi ainsi que sur les réseaux sociaux de la Communauté urbaine. 29 participants ont suivi la présentation.

### C. Les outils de contribution

Différents moyens ont été ouverts au cours de cette phase de concertation pour permettre à tous de contribuer au projet : contributions orales par la prise de parole lors des réunions d'échanges, contributions par écrit grâce au formulaire en ligne, à l'adresse e-mail ou par envoi postal.

Ainsi, en complément des temps d'échanges proposés lors des réunions publiques ou plus spécifiques, des dispositifs permettant la contribution écrite ont été mis en place :

- Sur le site internet, un formulaire d'avis « Je m'exprime » permettait aux internautes d'envoyer une contribution. Une adresse électronique dédiée a également été largement diffusée. 31 avis ont ainsi été reçus par voie dématérialisée.
- En écrivant directement à la Communauté urbaine. 7 courriers ont été reçus.

The image shows a screenshot of a web form titled "JE M'EXPRIME" for the "Règlement Local de Publicité Intercommunal (RLPi)" of the Grand Paris Seine & Oise. The form is part of a website with a navigation menu including "L'ÉLABORATION DU RLPi", "PARTICIPER", "DOCUMENTATION", and a highlighted "Je m'exprime" button. The form content includes a search bar, a description of the consultation process, a privacy notice, and a section for identifying the user with radio buttons for "Elu du territoire", "Professionnel de la publicité", "Commerçant", "Acteur associatif", "Habitant du territoire", and "Autre...". Below this are input fields for "Nom\*" and "Prénom\*".

Bilan de la concertation - projet de RLPi

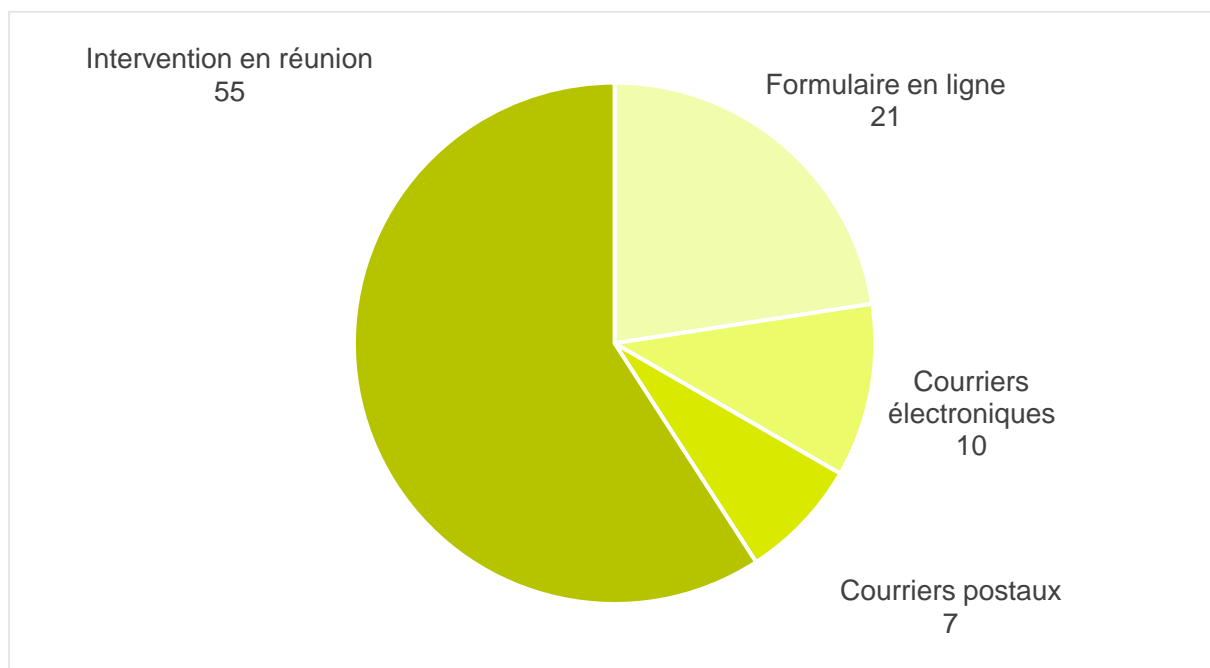
### III. LES AVIS EXPRIMÉS

Le présent bilan de la concertation réglementaire prend en compte les actions réalisées et les avis émis de manière formelle du 12 décembre 2019 au 19 décembre 2021. Il en ressort :

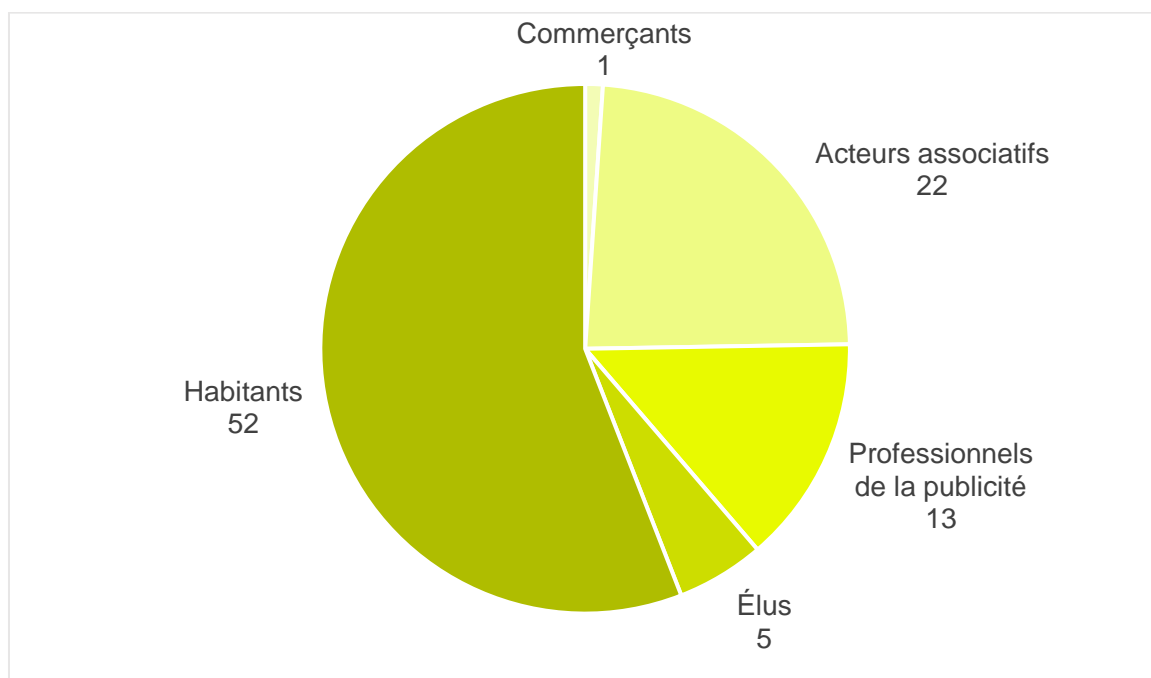
- des échanges riches et denses qui ont pu être menés lors des deux réunions publiques ;
- des questions et remarques posées lors des réunions avec les acteurs professionnels, puis avec les associations ;
- 93 avis qui ont été émis durant cette concertation.

#### A. La synthèse des avis

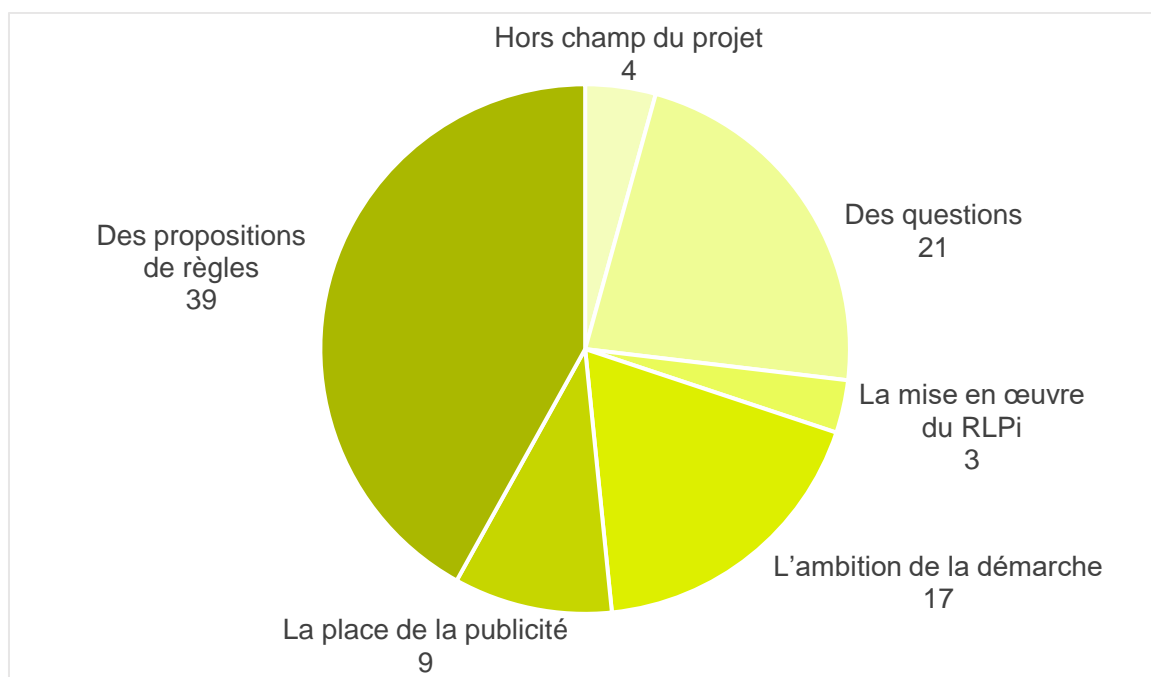
Les 93 avis proviennent de :



Ils ont été émis par :



Ils portent sur les thèmes suivants :



## B. Les avis par thèmes

### 1. Des propositions de règles

« Ne faudrait-il pas corrélérer le nombre de dispositif à la densité de population ? »  
« Limiter la proportion serait super et même limiter la position (uniquement une bannière en hauteur par exemple), pour que ce soit harmonieux »  
« La publicité par panneaux est vraiment très désordonnée et disgracieuse aux entrées de ville. »  
« Je trouve qu'il faut limiter la place accordée aux chevalets : en mettre partout c'est une nuisance. »  
« Les portatifs sont autorisés en zone 3, le problème est que dans un certain nombre d'endroit du territoire, des zones commerciales sont en dehors de la zone 3, limitant l'expression commerciale. »  
« Ne pourrait-on pas affiner le zonage en réintroduisant les grandes pénétrantes en ZP3 »

Près de la moitié des participations émet des propositions de règles à mettre en œuvre par la Communauté urbaine dans le cadre du RLPI.

Elles concernent tous les types de dispositifs, les formats, la densité, le zonage et émanent de toutes les typologies d'acteurs.

On peut constater trois positions en la matière :

- Le participant décrit la publicité comme une nuisance. Dans ce cas, les propositions visent à réduire la place accordée à celle-ci (taille, emplacement) voire à démultiplier les interdictions (augmenter les zones « lieux patrimoniaux », interdire la publicité lumineuse et numérique) ;
- Le participant, quasi exclusivement un professionnel, défend le rôle de la publicité et la nécessité de maintenir des emplacements et des tailles susceptibles d'intéresser les annonceurs ;
- Enfin, plus rare, est exprimée une position *intermédiaire*. Les participants sont susceptibles d'accepter la publicité mais avec des contraintes. Ces contraintes sont souvent en lien avec le contenu du message ou de l'annonceur.

De manière plus spécifique, il est attendu que le RLPI traite les dispositifs suivants :

- La publicité sur mobilier urbain qui est perçue par la majorité des participants comme le détournement d'un espace *commun* au profit de la publicité et pour des messages sans lien avec l'intérêt général. D'autres au contraire (les professionnels de l'affichage) y voient un vecteur de communication entièrement maîtrisé par les collectivités et proposent que le RLPI admette la publicité sur mobilier urbain dans le Parc Naturel Régional du Vexin français ainsi que la publicité numérique sur mobilier urbain (réservée aux communes de plus de 10 000 habitants) en toutes zones ;
- Concernant l'incompatibilité entre l'espace public et la publicité, il est aussi demandé de limiter voire de supprimer la publicité sur chevalet ;

- Les enseignes et panneaux lumineux et numériques sont décrits comme agressifs et avec des nuisances fortes. Les participants, nombreux et de manière récurrente, réclament l'interdiction totale de ces outils de promotion ;
- Il est demandé à plusieurs reprises de clarifier les règles concernant les bâches publicitaires et les enseignes en toiture. Ces deux dispositifs sont jugés trop peu qualitatifs et/ou trop imposants ;
- Parmi les remarques émises régulièrement figurent les panneaux temporaires qui se maintiennent dans le temps, en infraction avec la réglementation nationale ou locale. Il est décrit une forme de laxisme avec des panneaux qui se multiplient, en dehors du cadre réglementaire ;
- Les enseignes en toiture ou terrasse en tenant lieu sont jugées surabondantes par certaines associations de protection de l'environnement, qui souhaitent qu'elles soient totalement interdites.

Les participants à la concertation ont aussi émis des attentes et des réactions sur les propositions de zonage. Des débats se sont tenus par exemple autour de la notion d'axes routiers structurants. Certains regrettent que ces espaces, jugés comme peu qualitatifs, soient ceux qui sont les plus « permissifs » en matière de publicité. D'autres estiment qu'il faudrait intégrer plus d'axes structurants dans cette catégorie.

Des associations de protection de l'environnement ne souhaitent pas que des possibilités plus larges d'expression publicitaire soient permises dans les zones commerciales et d'activités.

Certains participants (des professionnels de l'affichage exclusivement) ont émis le souhait que la règle nationale de densité soit conservée pour les publicités installées sur les parkings extérieurs des grands centres commerciaux et sur les terrains sportifs non couverts.

Nombreux sont les participants à suggérer de trouver des règles permettant de lier les autorisations de publicité à :

- un type de contenu,
- la densité de population,
- le caractère des lieux, principalement pour étendre les zones les moins permissives ou, à l'inverse, étendre les zones commerciales ;
- une durée.

## 2. Des questions

« Est-ce qu'il y aura un traitement particulier dans le RLPI sur le mobilier urbain ? »  
 « Vous inspirez-vous d'autres territoires ? »  
 « La publicité dans les boîtes aux lettres relève-t-elle du RLPI ? »  
 « Quid d'une harmonisation de l'affichage libre au sein du territoire de la CU ? »  
 « Sur les 73 communes de ce projet de RPLI, combien sont dotées aujourd'hui de règlement ? Et a-t-on constaté des infractions ? »

Nombreux sont les participants, tout au long de la durée de concertation, à questionner le rôle et les outils offerts par le RLPI. Ces participants cherchent à clarifier les différentes sources légales qui encadrent la communication publicitaire.

Souvent les questions sous-tendent la volonté d'inclure d'autres dispositifs publicitaires dans le document et notamment : la publicité dans les boîtes aux lettres, dans les vitrines... Il en résulte une incompréhension sur les possibilités du texte et donc une « *frustration* » à l'égard de la démarche.

### 3. L'ambition de la démarche

*« Le terme « aérer » semble manquer un peu d'ambition, il faudrait plutôt « rationaliser » et harmoniser la publicité actuellement assez anarchique dans les secteurs commerciaux »*  
*« Ce RLPI ne vas pas assez loin »*  
*« GPSEO engagera-t-elle une démarche dans la préservation des zones où sont présentes des établissements scolaires ou accueillant du jeune public ? »*

Il apparait, tout au long de la démarche de concertation, une forme de consensus avec les objectifs affichés et poursuivis par la Communauté urbaine dans le cadre du projet. Ceux-ci ne sont pas contestés.

Néanmoins, habitants, élus et acteurs associatifs sont relativement nombreux à exprimer « un manque d'ambition » dans les règles édictées.

Ces intervenants encouragent la Communauté urbaine à aller plus loin vers :

- L'affirmation d'un objectif plus ambitieux qui pourrait être de « lutter contre » la publicité dans le cadre d'une ambitieuse démarche de développement durable, en particulier s'agissant de la publicité sur mobilier urbain (une exemplarité des collectivités est attendue par certains) et de la publicité numérique ;
- Des règles plus protectrices et plus « originales » que la réglementation nationale et *a minima* tout aussi contraignantes pour les afficheurs et les commerçants que les textes existants sur certains territoires qui composent la *nouvelle* entité.

### 4. La place de la publicité

*« Comment faire de la publicité si on interdit de mettre des panneaux ou des drapeaux devant notre boutique ? »*  
*« On peut concevoir la publicité et la défense de l'environnement »*  
*« Nous sommes envahis de publicités. Télévision, radio, journaux, informatique, téléphones portables... saturent notre espace et notre capacité d'absorption. »*

En lien avec la question de l'ambition du RLPi, des avis font écho à un débat dépassant le cadre réglementaire de la présente concertation, à savoir la place occupée par la publicité et ses supposés « méfaits » dans le contexte de la lutte contre le changement climatique.

Au regard des différents avis exprimés, principalement par des associations de défense de l'environnement et du cadre de vie, on constate alors que leur tonalité d'ensemble est plutôt hostile à la publicité, considérée comme une « pollution visuelle », une « agression ». Celle-ci est jugée trop intrusive dans l'espace public.

Toutefois des professionnels et quelques habitants ont exprimé la nécessité de maintenir des activités économiques liées à la publicité extérieure ou fait état d'un besoin de communication pour les commerces locaux.

Sur ce thème, plusieurs avis ont dépassé le champ réglementaire du RLPi. Ces avis portaient notamment sur :

- Le contenu des messages : favoriser les comportements vertueux, les messages en faveur des petits commerçants locaux plutôt que les grands groupes internationaux... ;
- Les impacts du RLPi sur la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) ;
- La publicité dans les boîtes aux lettres ;
- L'interdiction de la publicité dans les abords des écoles ;
- Des considérations autres qu'environnementales (sociétales, sécurité routière).

## 5. La mise en œuvre du RLPi

*« Le RLPi pourra-t-il remettre en cause des supports publicitaires déjà en place et exiger, le cas échéant, leur enlèvement ? »*

*« Comment les communes seront accompagnées pour faire respecter le nouveau RLPi »*

Dernier thème évoqué, des participants se sont questionnés sur les conditions de mise en œuvre du futur RLPi et sur ses effets sur le parc publicitaire existant. Les participants espèrent un retrait rapide des supports en infraction et attendent que la Communauté urbaine accompagne les maires afin qu'ils fassent usage de leur pouvoir de police en la matière.

## IV. LES ENSEIGNEMENTS DE LA CONCERTATION

### **A. Bilan qualitatif des contributions reçues et observations exprimées**

Pour cette phase de concertation réglementaire, la Communauté urbaine a mis en œuvre les moyens nécessaires pour informer et recueillir les avis et les remarques de la population sur le projet, conformément à ses engagements.

Habitants, professionnels de l'affichage et personnes publiques associées ont été rencontrés directement et 92 avis ont été exprimés formellement.

Les éléments exprimés lors de cette concertation concernent :

- Principalement, des propositions de règles à observer dans le futur RLPi et notamment concernant la typologie, le format, la densité et l'emplacement des publicités et des enseignes. Les débats ont été particulièrement riches autour des supports spécifiques que sont le mobilier urbain et la publicité numérique et lumineuse ;
- Des questions sur ce qu'il est possible de réglementer (message, publicité temporaire...) dans le cadre de l'élaboration d'un RLPi, témoignant ainsi d'un intérêt réel pour le sujet ;
- Des débats autour de l'ambition et des objectifs poursuivis : certains, notamment les associations de défense du cadre de vie, dénoncent ce qu'ils considèrent comme un manque d'ambition tandis que d'autres adhèrent aux objectifs poursuivis ;
- Enfin, cette concertation illustre un débat de fond autour du rôle et de la place de la publicité dans nos modes de vie.

La concertation préalable a donc fait ressortir des expressions plurielles mais aussi convergentes. La prise en compte de ces contributions dans l'élaboration du RLPi a nécessité la recherche d'un consensus entre les différentes attentes exprimées par chaque groupe d'acteurs, dans un objectif de préserver le cadre de vie et les paysages du territoire.

Les grands axes du RLPi traduisent cette recherche d'équilibre, afin d'aboutir à un projet qui soit partagé par le plus grand nombre.

Les contributions des différents acteurs ont été prises en compte dans le projet de la manière suivante :

- Les contributions du grand public ont confirmé les grandes orientations et les grands principes réglementaires du projet ;
- Les contributions des professionnels de l'affichage et de l'enseigne et des acteurs économiques, recueillies lors des temps de concertation spécifique, ont participé de l'écriture réglementaire du projet.



- Les acteurs ont notamment précisé leurs besoins quant à l'implantation et au format des dispositifs d'affichage, au vu des spécificités de leurs secteurs d'activités respectifs.

À l'image de la concertation réglementaire, la Communauté urbaine entend poursuivre cette démarche d'information tout au long des phases à venir.

## **B. Traduction des principales contributions dans le projet de RLPi**

### **1. L'engagement de la collectivité à encadrer et réduire fortement les possibilités d'installation de dispositifs numériques**

Le règlement du projet de RLPi propose quatre zones :

- la zone de protection 1 porte sur les lieux « patrimoniaux » (ZP1) ;
- la zone de protection 2 concerne les secteurs principalement dédiés à l'habitat, englobant également les centralités et entrées de villes (ZP2) ;
- la zone de protection 3 couvre les axes routiers structurants du territoire (ZP3) ;
- la zone de protection 4 vise les grandes zones commerciales et d'activité (ZP4).

La Communauté urbaine a pris note des attentes des habitants et des associations de protection du cadre de vie à l'égard des dispositifs numériques, jugés particulièrement impactant dans le paysage et énergivores :

- En toutes zones, le RLPi définit une règle d'extinction des publicités et des enseignes lumineuses, y compris pour les dispositifs lumineux situés à l'intérieur de baies ou vitrines commerciales (comme le permet la loi Climat et Résilience du 22 août 2021) ;
- La publicité numérique est interdite sur domaine privé en toutes zones, sauf en zones 3 et 4 (axes structurants, zones d'activités et commerciales) où elle est fortement limitée en surface (2 m<sup>2</sup>) et en nombre ;
- La surface des écrans numériques situés à l'intérieur des commerces et visibles depuis l'extérieur, portant sur des publicités, enseignes ou préenseignes, est limitée en proportion de la surface de la vitrine commerciale ;
- Les enseignes numériques sont interdites en toutes zones, sauf en zones 3 (axes structurants) et 4 (zones d'activités et commerciales) où elles sont limitées à 2 m<sup>2</sup> de surface unitaire.

### **2. Une double logique d'homogénéisation des règles à l'échelle de tout le territoire et de graduation des règles selon les ambiances urbaines**

La simplicité du zonage (quatre zones de publicité) est gage d'harmonisation des règles à l'échelle des 73 communes membres et d'égalité de traitement entre tous les habitants du territoire. Le nombre limité de zones a été approuvé par les différents acteurs.

Cette double logique traduit l'équilibre recherché par la Communauté urbaine entre protection forte des lieux les plus sensibles ainsi que de tous les secteurs dédiés à l'habitat, et respect des besoins de communication des acteurs économiques locaux dans des lieux dédiés à l'activité.

Des principes communs applicables à toutes publicités, enseignes et préenseignes sont fixés, participant à l'homogénéisation des règles à l'échelle du territoire (contrairement aux régimes très contrastés organisés par la réglementation nationale) et au renforcement de l'identité territoriale.

Les règles sont modulées selon les quatre types de zones de publicité (ZP), pour tenir compte des différentes séquences paysagères concernées.

Les secteurs dédiés à l'habitat sont particulièrement protégés, des possibilités plus larges d'expression publicitaire demeurant le long des axes principaux et dans les zones commerciales et d'activités.

### **3. Le traitement différencié de la publicité sur mobilier urbain**

Contrairement aux dispositifs 100% publicitaires, la fonction publicitaire du mobilier urbain n'est qu'accessoire à la mission première de service aux usagers du domaine public.

Par ailleurs, plusieurs « verrous » autres que le RLPi conditionnent l'installation de publicité sur mobilier urbain :

- Le mobilier urbain est installé au titre d'un contrat conclu entre la collectivité et un opérateur. Ce contrat détermine le nombre de faces publicitaires, les emplacements, les caractéristiques esthétiques des mobiliers... ;
- Dans les abords des monuments historiques et les sites patrimoniaux remarquables, l'installation de chaque mobilier urbain, publicitaire ou non, doit recevoir l'accord préalable de l'architecte des bâtiments de France.

La publicité sur mobilier urbain est admise en toutes zones, néanmoins contrainte quant à sa surface et son caractère éventuellement numérique, selon une logique d'égalité de traitement, dans la mesure du possible, avec la publicité sur domaine privé.

Il est rappelé que la publicité numérique sur mobilier urbain ne peut être installée que dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, soit dans une dizaine de communes seulement de la Communauté urbaine.

### **4. La recherche de la qualité des enseignes, sans brider la liberté du commerce ni le pouvoir d'appréciation des maires**

Les contributions en matière d'enseignes ont été moins nombreuses qu'en matière de publicité. Elles ont encouragé la Communauté urbaine à la réduction de la place des enseignes particulièrement énergivores (réduction du temps d'éclairage, encadrement

des écrans numériques situés à l'intérieur des vitrines commerciales) et au fait que le RLPi conserve une règle de proportion pour réguler la surface des enseignes plutôt qu'il impose une surface maximale.

Toutes les contributions se sont accordées sur le fait que le RLPi devait permettre la bonne intégration des enseignes sur le bâtiment-support et dans leur environnement, sans brider la liberté d'expression et de création des activités locales dans la conception de leurs enseignes, et en respectant les différentes typologies / différents lieux d'implantation.

## V. ANNEXES

1. Délibération de prescription
2. Annonce par voie d'affichage et dans la presse locale de l'élaboration du RLPi et l'ouverture de la phase de concertation
3. Annonce par voie d'affichage et dans la presse locale de la clôture de la phase de concertation
4. Lettres d'information n°1, n°2, n°3
5. Exposition
6. Supports et comptes-rendus des deux réunions publiques