



Commune de
Roissy-en-France

Département du Val d'Oise

Commune de Roissy-en-France

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : Rapport de présentation

*Vu pour être annexé à la délibération
d'approbation du Conseil Municipal
le 14 décembre 2020*



Table des matières

Table des matières	2
Table des illustrations photographiques et cartographiques	3
Introduction.....	4
Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure	6
1. Définitions	7
a) <i>Le Règlement Local de Publicité</i>	7
b) <i>Les dispositifs visés par le Code de l'Environnement</i>	7
c) <i>La notion de surface unitaire</i>	9
d) <i>La notion d'agglomération</i>	9
e) <i>La notion d'unité urbaine</i>	12
2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire.....	12
a) <i>Les interdictions absolues</i>	12
b) <i>Les interdictions relatives</i>	15
3. Règles applicables au territoire communal.....	18
4. Régime des autorisations et déclarations préalables	22
a) <i>L'autorisation préalable</i>	22
b) <i>La déclaration préalable</i>	23
5. Compétences en matière de publicité extérieure	23
6. Délais de mise en conformité.....	24
Enjeux liés au parc local de publicité extérieure	25
1. Les enjeux en matière de publicités et pré-enseignes.....	25
a) <i>Généralités</i>	25
b) <i>Les publicités et pré-enseignes supportées par le mobilier urbain</i>	26
c) <i>Les publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	31
d) <i>Les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou une clôture</i>	35
e) <i>La densité publicitaire</i>	38
f) <i>Les bâches publicitaires</i>	39
g) <i>Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales</i>	41
h) <i>Les dispositifs de dimension exceptionnelle</i>	42
i) <i>Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération</i> ...	43
j) <i>Les publicités et pré-enseignes lumineuses</i>	45
2. Les enjeux en matière d'enseignes	50
a) <i>Généralités</i>	50
b) <i>Les enseignes parallèles au mur</i>	52
c) <i>Les enseignes perpendiculaires au mur</i>	54
d) <i>La notion de surface cumulée sur une façade commerciale</i>	57
e) <i>Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	58
f) <i>Les enseignes sur clôture</i>	62
g) <i>Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu</i>	62
h) <i>Les enseignes lumineuses</i>	65
i) <i>Les enseignes temporaires</i>	67
Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure	70
1. Les objectifs	70
2. Les enjeux.....	70
3. Les orientations	70
Justification des choix retenus	72
1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes	72
2. Les choix retenus en matière d'enseignes.....	74
Annexe : Tableau des abréviations utilisées	76

Table des illustrations photographiques et cartographiques

<i>Agglomération de la commune de Roissy-en-France</i>	11
<i>Photographies des monuments historiques engendrant les interdictions absolues de publicité sur la commune de Roissy-en-France</i>	13
<i>Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Roissy-en-France</i>	17
<i>Plans des zonages des RLP en vigueur à Roissy-en-France</i>	22
<i>Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public</i>	27
<i>Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public</i>	28
<i>Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches</i>	28
<i>Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques</i>	29
<i>Publicité supportée par un abri destiné au public (photo de gauche) et mobilier numérique non publicitaire d'informations locales (photo de droite)</i>	30
<i>Exemples de publicités et pré-enseigne scellées au sol</i>	32
<i>Exemples de publicités et pré-enseigne apposées sur un mur et une clôture</i>	37
<i>Localisation des supports publicitaires sur l'emprise de la plateforme aéroportuaire de Roissy-en-France</i>	44
<i>Cartographie de la pollution lumineuse en France</i>	45
<i>Localisation des principales zones économiques à Roissy-en-France</i>	51
<i>Exemples d'enseignes parallèles au mur recensées à Roissy-en-France</i>	53
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Roissy-en-France</i>	55
<i>Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers à Roissy-en-France</i> ..	56
<i>Exemple de façade saturée d'enseignes relevée à Roissy-en-France</i>	58
<i>Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Roissy-en-France</i>	59
<i>Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol</i>	61
<i>Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Roissy-en-France</i>	62
<i>Exemples d'enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu à Roissy-en-France</i>	63
<i>Exemples d'enseignes lumineuses identifiées à Roissy-en-France</i>	66
<i>Exemples d'enseignes temporaires inventoriées à Roissy-en-France</i>	69
<i>Plan de zonage du RLP de la commune de Roissy-en-France</i>	72

Introduction

La commune de Roissy-en-France regroupe 2 883 habitants¹. Elle se situe dans le département du Val d'Oise en Région Île-de-France.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La réglementation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression², qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et, les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre constitutionnel qui garantit la liberté d'expression. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012³ ont considérablement modifié une partie de la réglementation qui datait de 1982⁴ afin de faire des Règlements Locaux de Publicité (RLP) de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et pré-enseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi (Règlement Local de Publicité intercommunal).

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le RLP(i) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régulant la présence de la publicité, des pré-enseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions réglementaires de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment sans que cela soit exhaustif :

- la clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;
- l'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- la création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- la réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- la précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares afin de tenir compte de leur spécificité ;

¹ Données INSEE de population légale millésimée 2017

² L'article L. 581-1 du Code de l'Environnement dispose que chacun a le droit d'exprimer et de diffuser des informations et idées à l'aide de la publicité, des enseignes et des pré-enseignes

³ Décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux pré-enseignes

⁴ Décret n° 82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux pré-enseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes

- l'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

En conséquence, nombre de RLP issus de l'ancienne réglementation ne sont plus conformes et nécessitent d'être révisés. Le Code de l'Environnement prévoit ainsi que tous les RLP passés en application de l'ancienne réglementation, soit avant le 12 juillet 2010, doivent être impérativement modifiés avant le 13 juillet 2022⁵.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP). Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) définies au titre V du livre 1^{er} du Code de l'Urbanisme. Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique, menée dans les conditions définies par le chapitre III du Titre II du Livre 1^{er} du Code de l'Environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour la révision du RLP⁶ puisque l'article L. 581-14 du Code de l'Environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de Plan Local d'Urbanisme, le RLP doit être élaboré à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune de Roissy-en-France disposant de la compétence en matière de PLU⁷, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

Le RLP est élaboré sur la même base normative que les PLU et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes :

- le rapport de présentation s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;
- la partie réglementaire comprend les dispositions adaptant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;
- le ou les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le RLP et sont annexés à celui-ci. Les limites de l'agglomération fixées par le maire en application de l'article R. 411-2 du Code de la Route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au RLP.

Le présent document constitue ainsi le rapport de présentation qui, sur la base d'un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire communal, définit des orientations et objectifs en matière de publicité extérieure qui seront décrits, expliqués et justifiés par ledit document.

⁵ Article L. 581-14-3 du Code de l'Environnement

⁶ Article L. 581-14 du Code de l'Environnement

⁷ Article L. 5219-5 alinéa I du Code Général des Collectivités Territoriales

Contexte territorial légal en matière de publicité extérieure

Le Code de l'Environnement ne porte que sur la présentation de messages situés sur une voie publique ou sur une voie privée et visibles depuis une voie ouverte à la libre circulation du public. Ainsi, les messages posés à l'intérieur d'un local fermé, même visibles d'une voie ouverte à la libre circulation du public, n'entrent pas dans le champ du Code de l'Environnement. Il s'agit donc de prendre en considération cette notion de visibilité, qui est similaire à celle de covisibilité en ce qui concerne notamment la protection des monuments historiques.

En application du Code de l'Environnement, les messages ne sont pas réglementés dans leur formulation mais dans la forme matérielle de leur présentation, à savoir : le support, la dimension, la quantité, la forme, la typographie, la couleur, les techniques employées, ...

D'autres législations sont cependant applicables quant au fond des messages publicitaires tel le droit de la consommation (prohibition de la publicité mensongère ou de nature à induire en erreur), le droit de la presse (prohibition de la diffamation et de l'injure), le droit administratif général (protection des bonnes mœurs et de l'ordre public) ou le droit des professions réglementées (enseignes pharmaceutiques, débits de tabacs, ...).

Le Code de l'Environnement autorise la présence de publicité en agglomération, c'est-à-dire dans un paysage comportant des bâtiments suffisamment rapprochés. En revanche, il l'interdit strictement en dehors de l'agglomération, supposé être un paysage naturel.

En présence d'un RLP, le pouvoir de police en matière de publicité appartient aux Maires des communes concernées par le RLP⁸. Le Maire exerce le contrôle de police sur la totalité du territoire communal même si certaines parties du territoire communal ne sont pas couvertes par des dispositions spécifiques du RLP. C'est donc le Maire compétent qui délivre les autorisations requises, avec éventuellement l'accord ou l'avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF).

Il est à noter que l'accord de l'ABF est désormais nécessaire, notamment pour toutes les autorisations d'enseignes situées dans le même périmètre que pour les autorisations d'urbanisme, soit 500 mètres de rayon par rapport aux monuments historiques, sauf adaptation spécifique dans le cadre d'un PLU⁹, ce qui est le cas à Roissy-en-France où un Périmètre Délimité des Abords (PDA) a été défini dans le PLU.

Enfin, le Code de l'Environnement renvoie également aux dispositions du Code de la Route afin d'encadrer la publicité par rapport à des impératifs de sécurité routière. Ainsi, les articles R. 418-1 à R. 418-9 du Code de la Route précisent que, dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites les publicités enseignes et pré-enseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou qui conduiraient à en réduire la visibilité ou l'efficacité.

Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction de ses caractéristiques ou encore de sa situation dans une agglomération.

⁸ Article L. 581-14-2 du Code de l'Environnement

⁹ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine

1. Définitions

a) Le Règlement Local de Publicité

Le RLP est un document réglementaire opposable aux tiers qui édicte des règles locales permettant l'adaptation du règlement national de publicité aux spécificités du territoire.

Il a pour objectif de découper le territoire en une ou plusieurs zones, plus ou moins concernées par l'affichage publicitaire, afin de les réglementer en fonction de la présence de cet affichage tout en tenant compte du contexte urbain. Ce sont les zones de publicités (ZP).

Le RLP comporte une réglementation locale obligatoirement plus restrictive que les règles édictées par le Code de l'Environnement constituant la réglementation nationale (RNP) qui demeurent impératives et qui, sauf disposition contraire, s'imposent aux autorités locales. En conséquence, ces dernières ne peuvent normalement qu'aggraver les mesures de police en les adaptant aux circonstances locales¹⁰.

Une règle plus restrictive est, par exemple, celle qui réduirait la surface unitaire d'un dispositif de publicité non lumineuse de 12 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du sol (règles nationales), à une surface unitaire de 8 m² maximum, ne pouvant s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (règles locales).

Le RLP approuvé est annexé au PLU le cas échéant.

b) Les dispositifs visés par le Code de l'Environnement

Constitue une publicité¹¹, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilés à des publicités.

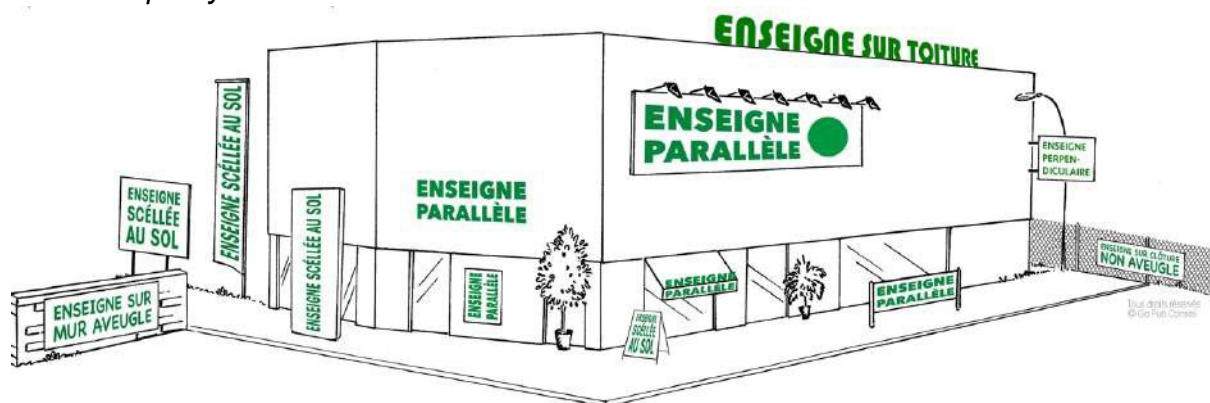


En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter les inscriptions, formes ou images qui constituent une publicité, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'Environnement. Dès lors, le fait de présenter, ou non, un message sur un panneau, n'est pas déterminant en matière réglementaire, tant que le dispositif potentiellement porteur de message existe.

¹⁰ CE, 18 avril 1902, Commune de Nérès-les-Bains

¹¹ Article L. 581-3 alinéa 1 du Code de l'Environnement

Constitue une enseigne¹² toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

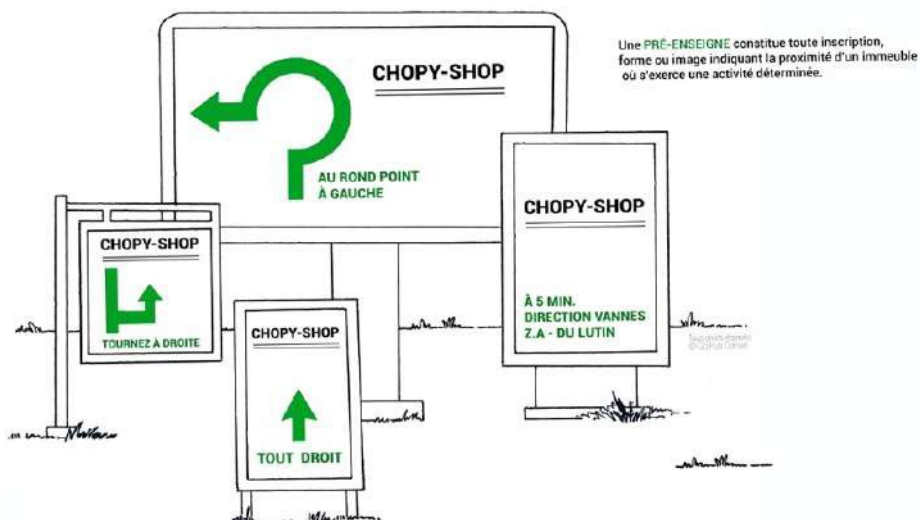


Cette définition pose comme principe, un lien entre l'image et le lieu.

L'immeuble doit ici être entendu au sens du Code Civil, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

Ce qui est « relatif à une activité » est constitué par toute forme de message et, dépasse largement la notion statutaire de raison sociale identifiant l'activité. Ainsi, il peut s'agir d'une image, tout comme d'un nom, d'une marque, d'un produit et ce, quel que soit le moyen de présentation du message au public. Il est précisé que le RLP ne régit pas le contenu des enseignes.

Constitue une pré-enseigne¹³ toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



Il s'agit ici d'un message correspondant à une information de destination.

Les pré-enseignes étant soumises aux dispositions régissant la publicité, le RLP n'édicte pas de règles spécifiques pour les pré-enseignes et renvoie pour celles-ci aux règles relatives à la publicité.

¹² Article L. 581-3 alinéa 2 du Code de l'Environnement

¹³ Article L. 581-3 alinéa 3 du Code de l'Environnement

c) La notion de surface unitaire

La notion de surface unitaire d'un dispositif mentionnée dans les articles du Code de l'Environnement pour les publicités et pré-enseignes devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse¹⁴ ou non¹⁵ apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même, dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau tout entier.

d) La notion d'agglomération

« La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les publicités, enseignes et pré-enseignes est définie par le Code de la Route »¹⁶. Cette notion peut donc se distinguer d'autres notions voisines contenues dans d'autres législations en particulier les notions de « *partie actuellement urbanisée* » ou de « *zone urbanisée* » au sens du Code de l'Urbanisme.

Plus précisément, constitue ici une agglomération tout « *espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde* »¹⁷.

Ses limites sont fixées normalement par arrêté du Maire¹⁸ et représentées sur un document graphique qui est annexé au règlement local de publicité¹⁹.

La notion d'agglomération est donc définie par un critère « *géographique* » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères « *réglementaires* » (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les panneaux routiers indiquant les limites ainsi fixées).

Aux termes de l'article L. 581-7 du Code de l'Environnement, en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière²⁰, toute publicité est interdite, à l'exception des dispositifs liés aux emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières ou, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places²¹. Elle peut aussi être autorisée par le RLP à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation et situés hors agglomération, dans le respect de la qualité de vie et du paysage. Les pré-enseignes, étant soumises aux mêmes règles que la publicité, sont également interdites en dehors des agglomérations selon les mêmes conditions.

Toutefois, par dérogation à cette interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des *pré-enseignes dites dérogatoires* :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- les activités culturelles (spectacles vivants ou cinématographies, enseignement, expositions d'art, ...) ;
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite ;

¹⁴ CE, 20 octobre 2016, commune de Dijon, n°395494

¹⁵ CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

¹⁶ Article L. 581-7 du Code de l'Environnement

¹⁷ Article R. 110-2 du Code de la Route

¹⁸ Article R.411-2 du Code de la Route

¹⁹ Article R. 581-78 alinéa 2 du Code de l'Environnement

²⁰ Article R. 110-2 du Code de la Route

²¹ Article L. 581-3 alinéa 3 du Code de l'Environnement

- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

Le RLP n'est pas habilité à réglementer les pré-enseignes dérogatoires.

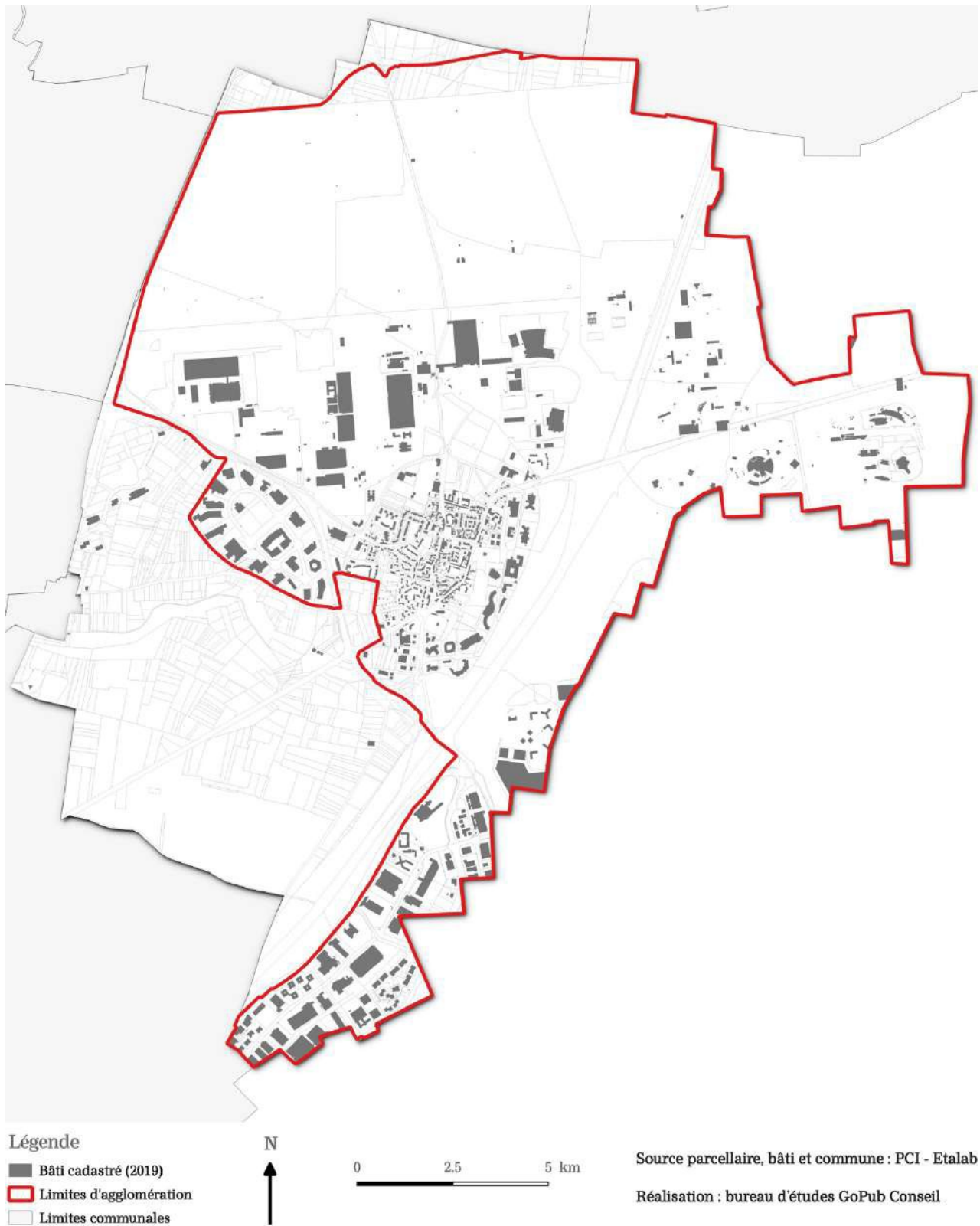
Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place de Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du Code de la Route ou encore des Relais Information Service (RIS).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	Activités culturelles	Monuments historiques ouverts à la visite	Pré-enseignes temporaires
Type de dispositif	Scellée au sol ou installée directement sur le sol Panneaux plats de forme rectangulaire Mât mono-pied (largeur < 15 cm)			
Nombre maximum de dispositifs par activité, opération ou monument	2	2	4	4
Dimensions maximales	1 m de hauteur et 1,5 m de largeur 2,2 m de hauteur maximale au-dessus du sol			
Distance maximale d'implantation	5 km	5 km	10 km	-
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations < à 10 000 habitants et ne faisant pas partie d'une unité urbaine > à 100 000 habitants
Durée d'installation	Permanente			Installée au maximum 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération Retirée au maximum 1 semaine après la fin de la manifestation ou de l'opération

Les activités autres que celles mentionnées ci-dessus ne peuvent être signalées qu'à travers la mise en place d'une Signalisation d'Information Locale (SIL) relevant du code de la route.



La commune de Roissy-en-France comptant moins de 10 000 habitants, l'unique agglomération déterminée sur son territoire compte elle aussi moins de 10 000 habitants. La carte ci-dessous présente cette agglomération identifiée conformément à la réglementation nationale et qui comprend la quasi-totalité des développements urbains roisséens à l'exception du secteur d'activités en cours de commercialisation de la ZAC de la Demi-Lune / Parc Mail.



Agglomération de la commune de Roissy-en-France

e) La notion d'unité urbaine

La notion d'unité urbaine ne correspond pas à une collectivité juridique particulière telle qu'une communauté de communes ou une communauté urbaine.

Elle repose sur la continuité du bâti et le nombre d'habitants. L'INSEE définit ainsi l'unité urbaine comme une commune ou un ensemble de communes présentant une zone de bâti continu (pas de coupure de plus de 200 mètres entre deux constructions) qui compte au moins 2 000 habitants.

La commune de Roissy-en-France fait partie de l'unité urbaine de Paris, plus grande unité urbaine de France, qui regroupe 412 communes et compte 10 706 072 habitants²².

Le fait pour Roissy-en-France d'appartenir à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants alors que la commune ne compte pas d'agglomération de plus de 10 000 habitants a pour conséquence de lui offrir un panel de possibilités de publicité extérieure bien plus important que les communes de même strate démographique mais intégrée dans une unité urbaine de moins de 100 000 habitants. Ainsi donc, par exemple, les publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sont-elles permises à Roissy-en-France alors qu'elles sont normalement strictement interdites dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

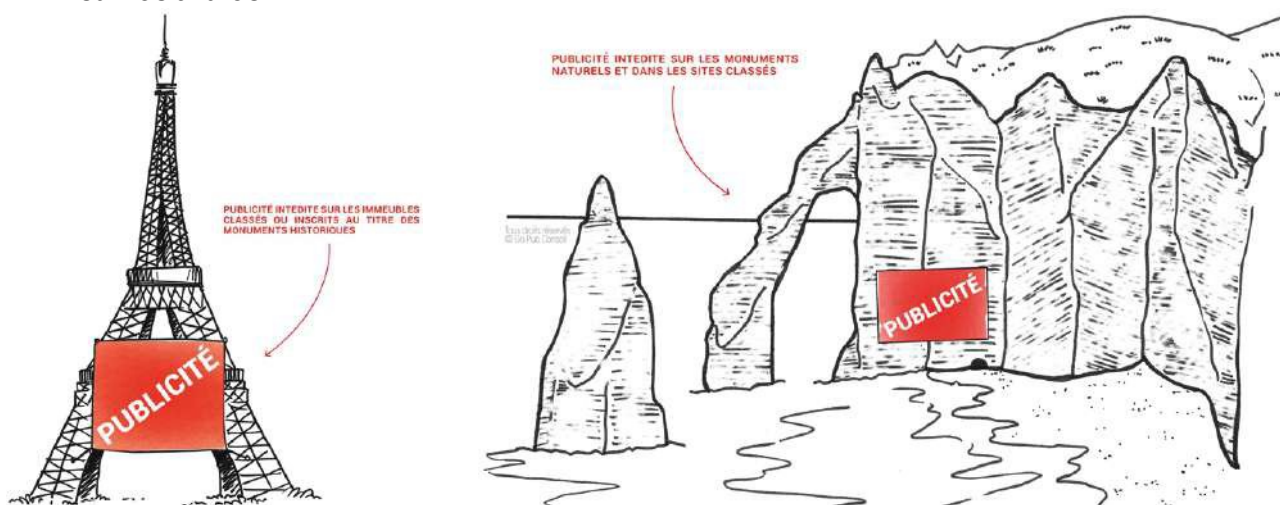
En outre, la commune étant incluse dans une unité urbaine de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction des publicités et pré-enseignes lumineux doivent être prévues par chaque RLP. Le futur RLP de Roissy-en-France devra donc prévoir ces obligations et modalités d'extinction.

2. Périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire

a) Les interdictions absolues

Aux termes du I de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement, toute publicité est interdite :

- sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;
- sur les monuments naturels et dans les sites classés ;
- dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;
- sur les arbres.



²² Données INSEE de population légale millésimée 2015

Ces interdictions sont absolues et ne permettent aucune dérogation hormis celles qui résultent de la décision de classement ou de protection. Tel est notamment le cas des rares publicités d'époque ayant un caractère remarquable et incorporé au classement de protection.

En l'espèce la commune de Roissy-en-France est concernée par l'interdiction de publicité absolue :

- sur l'Église Saint-Éloi classée à l'inventaire des monuments historiques depuis le 13 octobre 1942 (photo 1);
- sur les vestiges (pignon est) de l'ancien château des Caramans inscrit à l'inventaire des monuments historiques depuis le 21 octobre 1925 (photo 2).

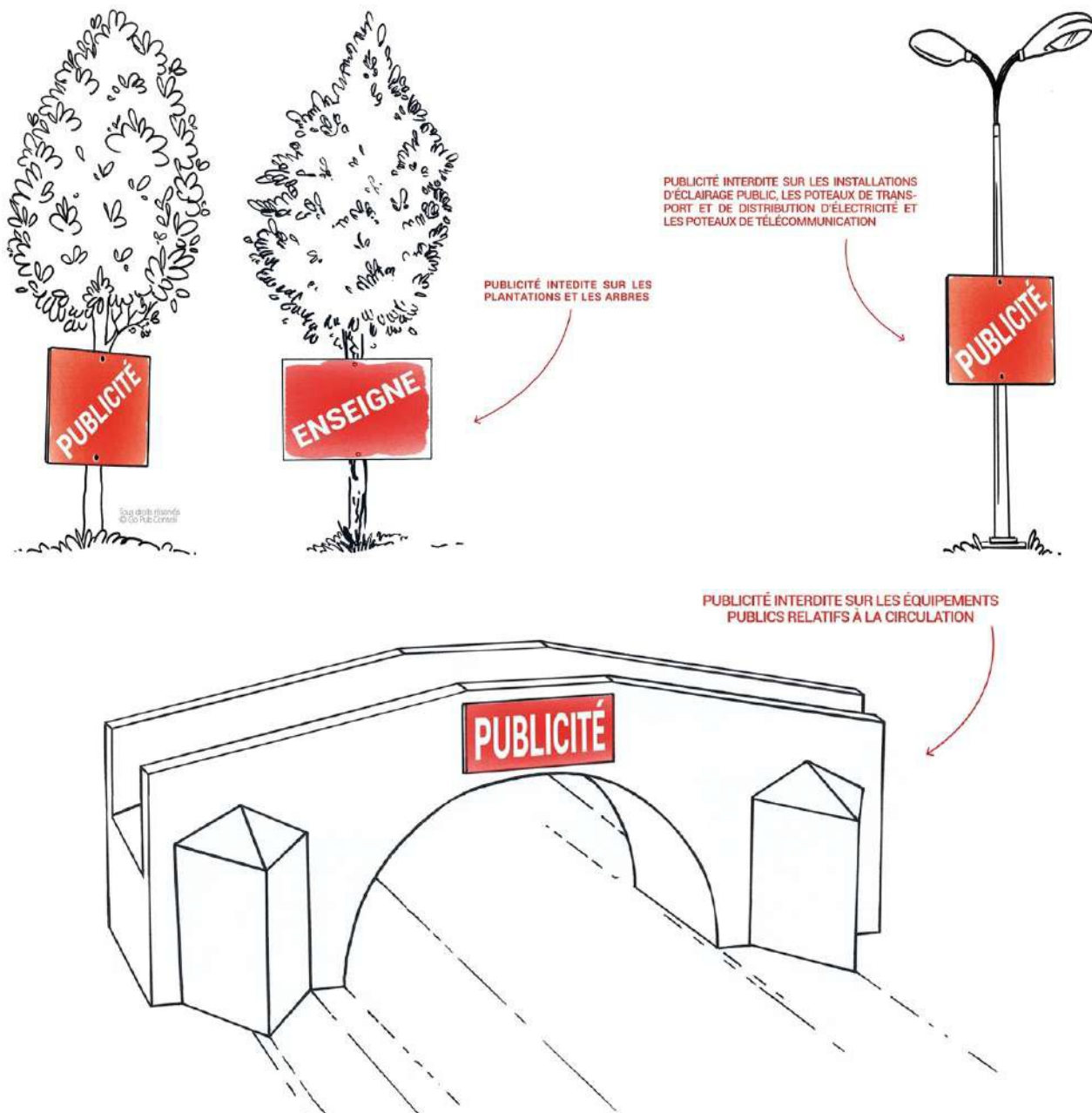


Photographies des monuments historiques engendrant les interdictions absolues de publicité sur la commune de Roissy-en-France

Par ailleurs, la partie réglementaire du Code de l'Environnement prévoit d'autres interdictions²³.

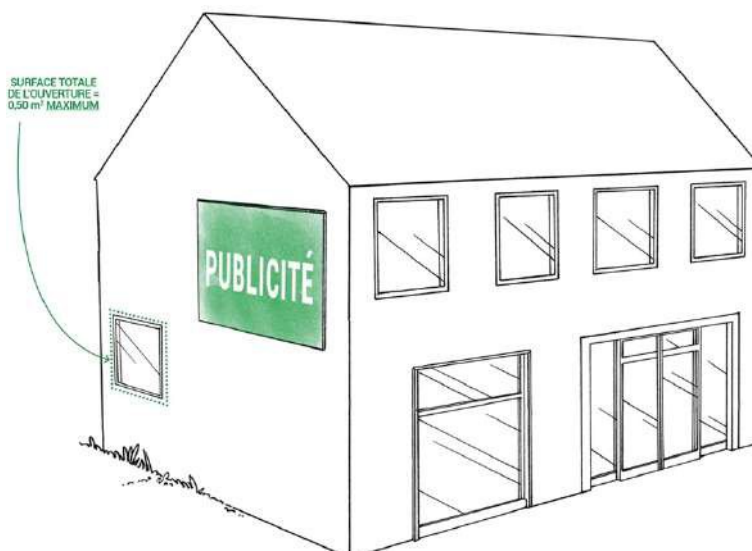
Ainsi, la publicité est également interdite :

- sur les plantations, les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage public ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne ;

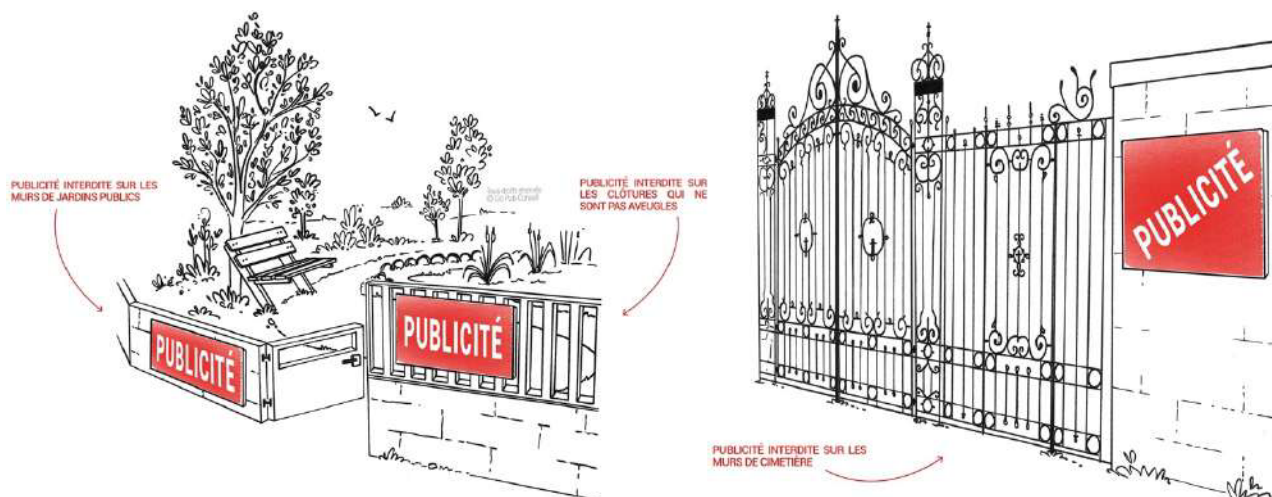


- sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 m² ;

²³ Article R. 581-22 du Code de l'Environnement



- sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;
- sur les murs de cimetière et de jardin public.



b) Les interdictions relatives

Contrairement aux interdictions absolues, les interdictions relatives peuvent faire l'objet de dérogations dans le cadre de l'instauration du RLP²⁴.

Ces interdictions relatives concernent :

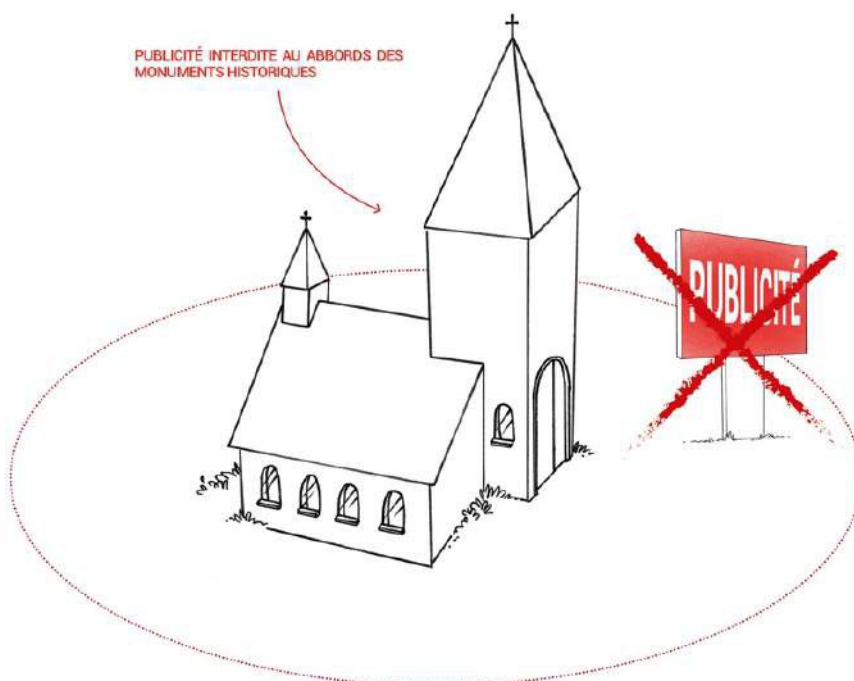
- les abords des monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du Code du Patrimoine ;
- le périmètre des sites patrimoniaux remarquables cités à l'article L. 631-1 du même Code ;
- les parcs naturels régionaux ;
- les sites inscrits ;
- les distances de moins de 100 mètres et le champ de visibilité des immeubles mentionnés au II de l'article L. 581-4 du Code de l'Environnement ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L. 414-1 du Code de l'Environnement.

²⁴ Article L. 581-8 du Code de l'Environnement

Le territoire de la commune de Roissy-en-France est concerné par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP) il est précisé que : « *La protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, situé dans un périmètre délimité par l'autorité administrative. [...] En l'absence de périmètre délimité, la protection au titre des abords s'applique à tout immeuble, bâti ou non bâti, visible du monument historique ou visible en même temps que lui et situé à moins de cinq cents mètres de celui-ci* »²⁵.

« *La protection au titre des abords n'est pas applicable aux immeubles ou parties d'immeubles protégés au titre des monuments historiques ou situés dans le périmètre d'un site patrimonial remarquable classé* »²⁶.

En l'espèce, cette protection s'applique au périmètre délimité des abords (PDA) des monuments historiques énumérés ci-avant approuvé par délibération du Conseil Municipal en date du 19 février 2008.



La cartographie ci-après présente l'ensemble des interdictions absolues et relatives applicables sur le territoire de la commune de Roissy-en-France.

²⁵ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine

²⁶ Article L. 621-30 du Code du Patrimoine



Légende

- ★ Monuments historiques
- ▨ Périètre délimité des abords des monuments historiques
- ▨ Espace Boisé Classé figurant au PLU en vigueur
- Zone naturelle figurant au PLU en vigueur

Source :
 Zones de protection : base Mérimée - PLU en vigueur de Roissy-en-France
 Parcellaire, bâti et commune : PCI - Etalab

Réalisation : bureau d'études GoPub Conseil
 Juin 2019

Interdictions de publicité existantes sur le territoire de la commune de Roissy-en-France

3. Règles applicables au territoire communal

Les règles qui s'appliquent sur le territoire communal de Roissy-en-France sont celles des communes disposant d'une ou plusieurs agglomérations comptant moins de 10 000 habitants et appartenant à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Il convient de rappeler qu'à ce jour, la commune de Roissy-en-France dispose d'un « Règlement Local de la Publicité et des pré-enseignes » datant du 11 février 2008 et d'un « Règlement Local de Publicité relatif aux enseignes » datant du 9 novembre 2010.

Dit de « première génération » puisque mis en place sous l'égide de l'ancienne réglementation applicable à la publicité extérieure de 1982²⁷, ces RLP deviendront caducs le 13 juillet 2021 conformément à la réforme de la loi dite « Grenelle II »²⁸, modifiée depuis pour faire face au confinement lié à la COVID-19²⁹.

Pour rappel, la réforme de la loi « Grenelle II » et ses décrets d'application ont supprimé notamment les zones de publicité restreintes, les zones de publicité élargies et les zones de publicité autorisées. Le Code de l'Environnement dispose désormais dans son article L. 581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national* »³⁰.

Les tableaux ci-dessous synthétisent les caractéristiques principales des règlements actuellement en vigueur à Roissy-en-France qui divise le territoire en trois zones de publicité distinctes :






- la ZPR1 qui couvre « le Village » ;
- la ZPA1a qui couvre la zone aéroportuaire « ADP » (Est Village) ;
- la ZPA1b qui couvre la zone aéroportuaire « ADP » (Plate-forme).





²⁷ Décret n°82-211 du 24 février 1982 portant règlement national des enseignes et fixant certaines dispositions relatives aux pré-enseignes pour l'application de la loi n° 79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et pré-enseignes

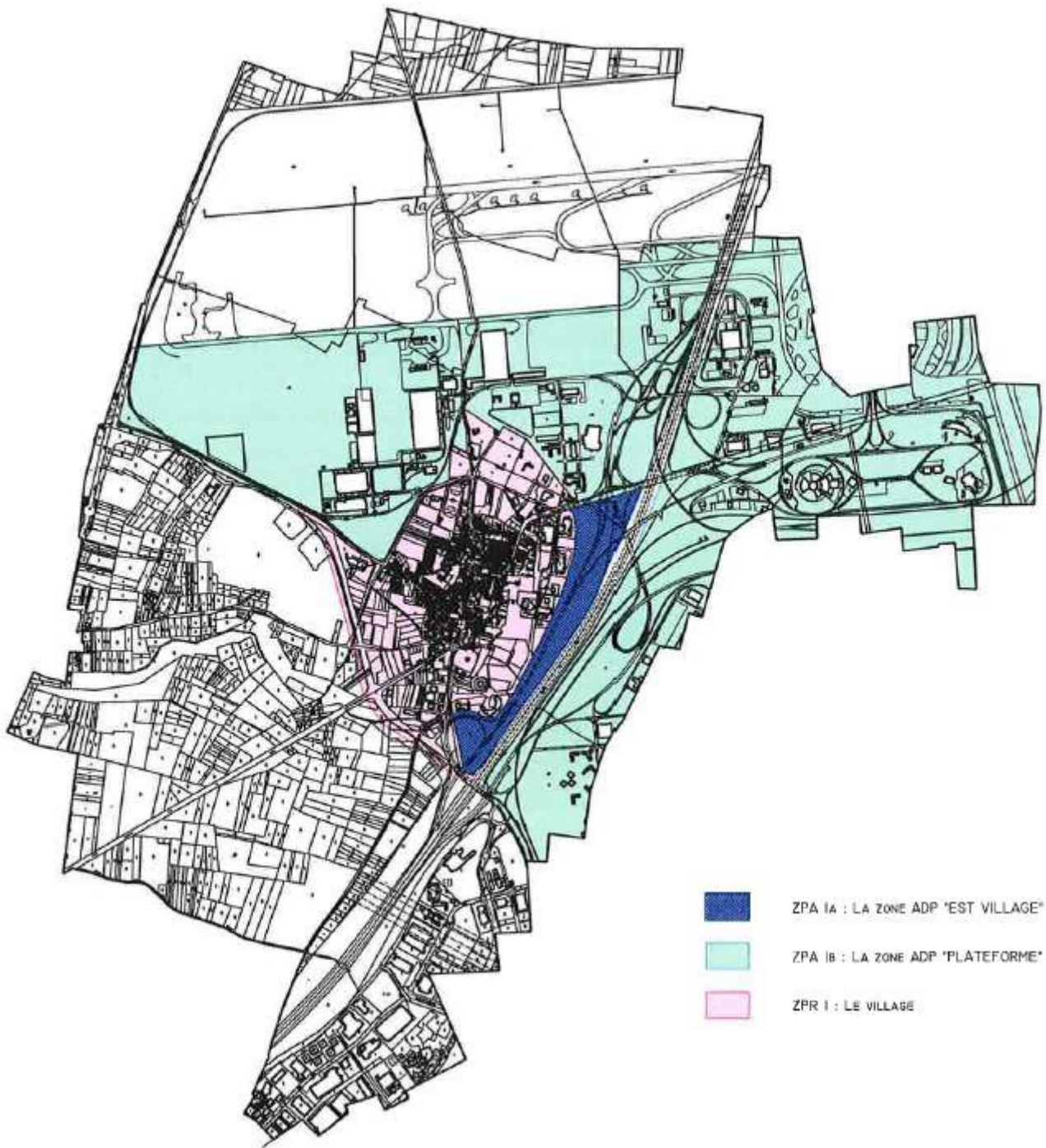
²⁸ Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement

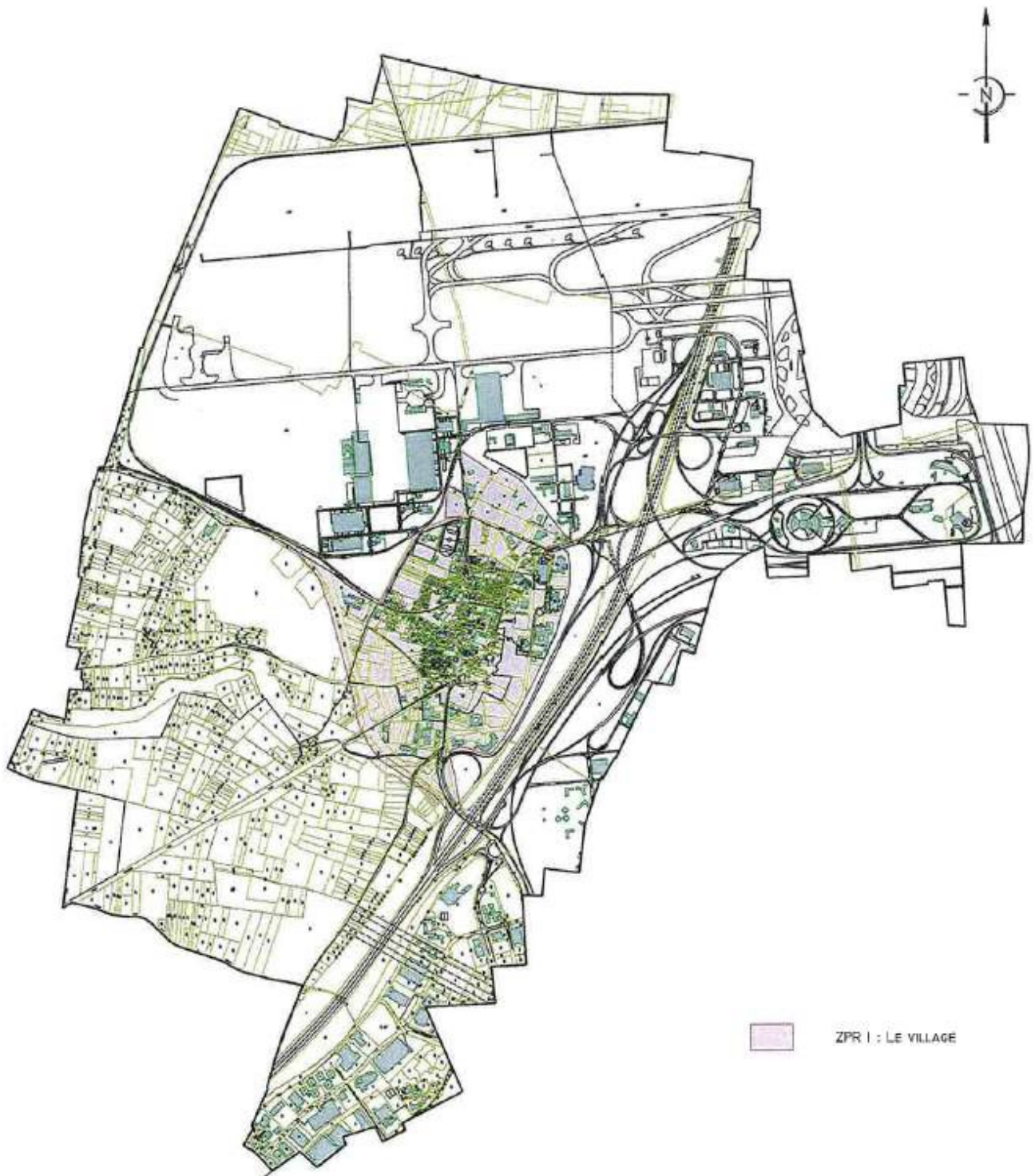
²⁹ Article L. 581-14-3 du Code de l'Environnement modifié par la loi du 17 juin 2020

³⁰ Article L. 581-14 du Code de l'Environnement

	ZPR1 : « le Village »	ZPA1a : zone aéroportuaire « ADP » (Est Village)	ZPA1b : zone aéroportuaire « ADP » (Plate-forme)
Publicité murale	Uniquement sur murs de clôture aveugles Format maximal : 2 m ² Hauteur maxi au-dessus du niveau du sol : 4 m 1 dispositif intégré dans un caisson étanche par devanture commerciale d'un format maxi de 0,6*0,8 m	Hauteur maxi au-dessus du niveau du sol : 7,50 m Nombre limité à 1 dispositif > 12 m ² par support existant	
Publicité scellée au sol ou installée directement au sol		Nombre total : 32	
< 12 m ²		Hauteur maxi au-dessus du niveau du sol : 6 m Interdistance mini : 80 m Implantation obligatoire dans le sens zone « ADP » -Paris Nombre limité à 6	Hauteur maxi au-dessus du niveau du sol : 6 m Interdistance mini : 50 m
> 12 m ²			Interdistance mini : 100 m Bâches autorisées Nombre limité à 10
Publicité apposée sur mobilier urbain	Surface unitaire maxi : 2 m ²	-	
Publicité lumineuse	Règles de la publicité non lumineuse avec autorisation du maire si éclairée par un autre moyen que la projection ou la transparence		
Interdictions générales	Dans un rayon de 50 m à compter du bord extérieur du rond-point		

ZPR1 : « le Village »	
Enseignes apposées à plat ou parallèlement à un mur	<p>Uniquement autorisées dans la hauteur du rez-de-chaussée</p> <p>Enseigne en bandeau réservée à la raison sociale</p> <p>Enseignes secondaires limitées à 0,70 m² sur les parties vitrées et 1 m² sur les autres</p> <p>Nombre limité à 3 pour les établissements de presse et 1 pour les activités en étage</p>
Enseignes sur auvent, marquise et garde-corps de balcon	<p>Hauteur maxi : 1 m (1,50 m pour les hôtels)</p> <p>Nombre : 1 par devanture ou vitrine commerciale</p>
Enseignes apposées sur clôture ou mur de clôture	
Enseignes perpendiculaires au mur	<p>Uniquement autorisées dans la hauteur du rez-de-chaussée dans la continuité des enseignes parallèles</p> <p>Nombre limité à 2 par commerce sauf pour les activités sous licence (3)</p> <p>Saillie maximale : 1 m</p> <p>Surface unitaire maximale : 1 m² sauf hôtels (2,40 m²)</p>
Enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu	<p style="text-align: center;"> sauf pour les hôtels</p> <p>Nombre limité à 2 par établissement</p> <p>Hauteur du lettrage : 2 m maximum</p>
Enseignes scellées au sol	<p style="text-align: center;"> sauf :</p> <p>Totem : 1 par façade dans la limite de 2 par activité avec hauteur maxi à 6,50 m</p> <p>Drapeaux et oriflammes : 3 par façade dans la limite de 6 par activité sur 2 façades maximum</p>
Enseignes laser	
Enseignes temporaires	<p><i>Règles nationales du Code l'Environnement</i></p>





Plans des zonages des RLP en vigueur à Roissy-en-France

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

a) L'autorisation préalable

Les publicités soumises à autorisation préalable sont :

- les emplacements de bâches comportant de la publicité ;
- les publicités lumineuses autres que celles supportant des affiches éclairées par projection ou par transparence ;

- les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles liés à des manifestations temporaires.

Les enseignes soumises à autorisation préalable sont :

- les enseignes installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L. 581-4 et L. 581-8 ou installées sur les territoires couverts par un RLP ;
- les enseignes temporaires installées sur un immeuble ou dans les lieux visés aux articles L. 581-4 et, lorsqu'elles sont scellées au sol ou implantées directement sur le sol, installées sur un immeuble ou dans les lieux visés à l'article L. 581-8 ;
- les enseignes à faisceau de rayonnement laser des enseignes à faisceau de rayonnement laser quel que soit leur lieu d'implantation.

Le formulaire CERFA n°14798 permet d'effectuer une demande d'autorisation préalable.

b) La déclaration préalable

Les publicités qui ne sont pas soumises à autorisation préalable sont soumises à déclaration préalable à l'occasion d'une installation, d'une modification ou d'un remplacement.

Par principe, les pré-enseignes étant soumises aux dispositions applicables à la publicité, elles sont donc soumises à déclaration préalable. Toutefois, lorsque leurs dimensions n'excèdent pas 1 mètre en hauteur et 1,5 mètre en largeur, elles ne sont pas soumises à déclaration.

Le formulaire CERFA n°14799 permet d'effectuer une déclaration préalable.

5. Compétences en matière de publicité extérieure

De manière générale, les compétences d'instruction et de police en matière de publicité extérieure se répartissent comme suit :

Cas général	Absence d'un RLP	Présence d'un RLP
Compétence d'instruction	Préfet	Maire de chaque commune
Compétence de police	Préfet	Maire de chaque commune

Il existe une exception, à cette répartition des compétences. Il s'agit de la compétence d'instruction des installations (les modifications ou remplacements restent soumis au cas général) de bâches (de chantier ou publicitaires) et des dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles pour laquelle seul le maire est compétent.

Cas dérogatoire des bâches	Absence d'un RLP	Présence d'un RLP
Compétence d'instruction	Maire au nom de l'État	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire



6. Délais de mise en conformité

Le Code de l'Environnement prévoit des délais de mise en conformité adaptés en fonction du type d'infraction (infraction au Code de l'Environnement ou au RLP) et en fonction du type de dispositif en infraction (publicités et pré-enseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous³¹ :

	Infraction au Code de l'Environnement	Infraction au RLP
Publicités et pré-enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2015	Délais de 2 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité
Enseignes	Mise en conformité sans délai du fait de la réforme de juillet 2018	Délais de 6 ans à compter de l'approbation du RLP pour se mettre en conformité

³¹ Articles L. 581-43 et R. 581-88 du Code de l'Environnement

Enjeux liés au parc local de publicité extérieure

Un inventaire partiel des publicités et pré-enseignes (incluant la publicité apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain) ainsi que des enseignes situées sur le territoire de la commune de Roissy-en-France a été effectué au printemps 2019. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

Une analyse des lieux d'implantation des dispositifs, des modalités de leurs implantations, de leurs dimensions, de leurs caractéristiques a permis d'identifier les enjeux et les besoins d'une réglementation locale renforcée sur le territoire communal.

1. Les enjeux en matière de publicités et pré-enseignes

a) Généralités

Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une pré-enseigne. En outre, les règles applicables aux publicités et pré-enseignes sont identiques à l'exception des pré-enseignes dérogatoires et temporaires. C'est pourquoi ces dispositifs font l'objet d'une analyse commune.

Pour chaque publicité ou pré-enseigne, le Code de l'Environnement précise que « *toute publicité doit mentionner, selon le cas, le nom et l'adresse ou bien la dénomination ou la raison sociale, de la personne physique ou morale qui l'a apposée ou fait apposer.* »³² Par ailleurs, « *les publicités ainsi que les dispositifs qui les supportent doivent être maintenus en bon état d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement par les personnes ou les entreprises qui les exploitent* »³³.

32 publicités et pré-enseignes ont été recensées sur le territoire roisséen (hors zone aéroportuaire). Très réduit si on excepte la zone aéroportuaire, le parc publicitaire de Roissy-en-France est dominé par la publicité supportée de manière accessoire par le mobilier urbain et plutôt limité au Village.

On compte ainsi 15 dispositifs de mobilier urbain (abris destinés au public, mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques) affichant de la publicité à titre accessoire.

Neuf dispositifs publicitaires apposés sur mur ou sur une clôture ont également été inventoriés. Il s'agit des dispositifs qui s'intègrent mieux au paysage³⁴.

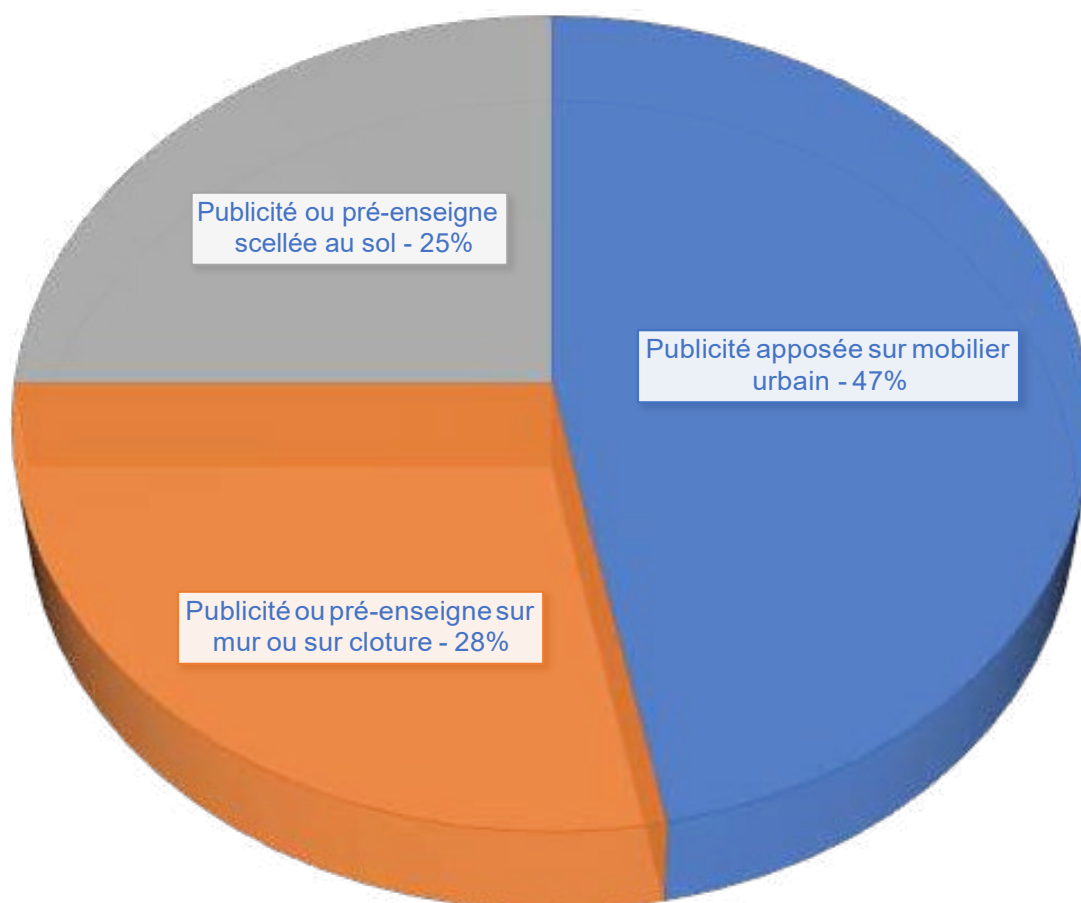
Les publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont moins présentes sur le territoire communal (8 dispositifs) mais leur impact paysager potentiel est nettement plus dommageable.

Le graphique ci-dessous illustre la répartition des publicités et pré-enseignes présentes sur le territoire communal en fonction de leur type.

³² Article L. 581-5 du Code de l'Environnement

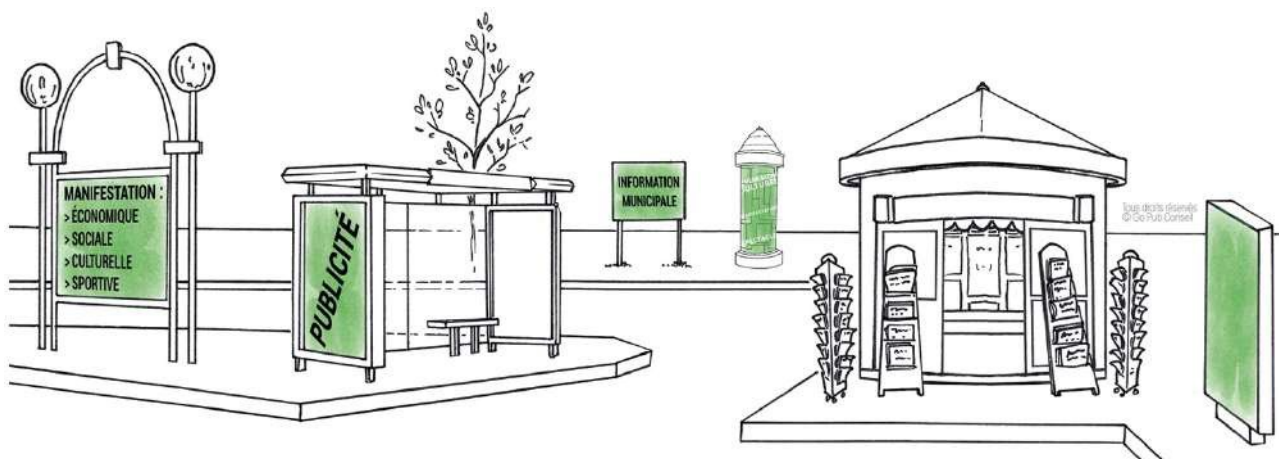
³³ Article R. 581-24 du Code de l'Environnement

³⁴ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relatives aux modalités de calcul des formats des publicités

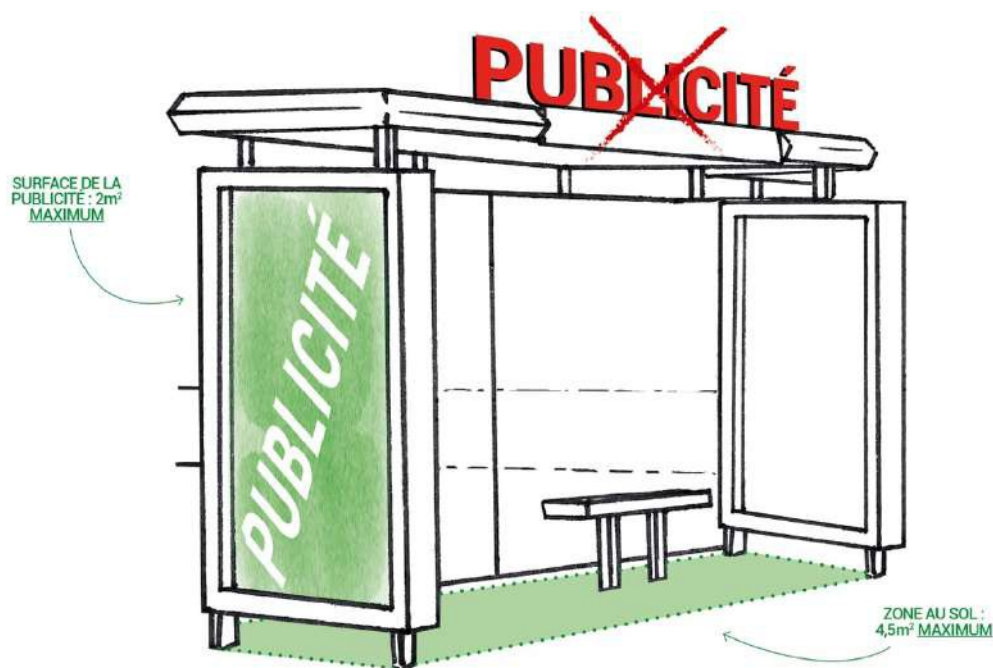


b) Les publicités et pré-enseignes supportées par le mobilier urbain

Il existe 5 types de mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité :



Type	Règles applicables
Abris destinés au public (illustration n°1 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 2 \text{ m}^2 + 2 \text{ m}^2$ par tranche entière de $4,5 \text{ m}^2$ de surface abritée au sol - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifés sur le domaine public (illustration n°2 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$ - Surface totale $\leq 6 \text{ m}^2$ - Dispositifs publicitaires sur toit interdits
Colonnes porte-affiches (illustration n°3 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles
Mâts porte-affiches (illustration n°3 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peuvent supporter que l'annonce de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives - Ne peuvent comporter plus de deux panneaux situés dos à dos - Surface unitaire maximale $\leq 2 \text{ m}^2$
Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (illustration n°4 ci-dessous)	<ul style="list-style-type: none"> - Ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; - Si surface unitaire $> 2 \text{ m}^2$ et hauteur $> 3 \text{ m}$ alors : <ul style="list-style-type: none"> • Interdit si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération ; • Ne peut ni s'élever à plus de 6 m au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 m^2 (8 m^2 si numérique) ; <ul style="list-style-type: none"> • Ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



Possibilités publicitaires sur un abri destiné au public

SURFACE D'UN DISPOSITIF :
2m² MAXIMUM

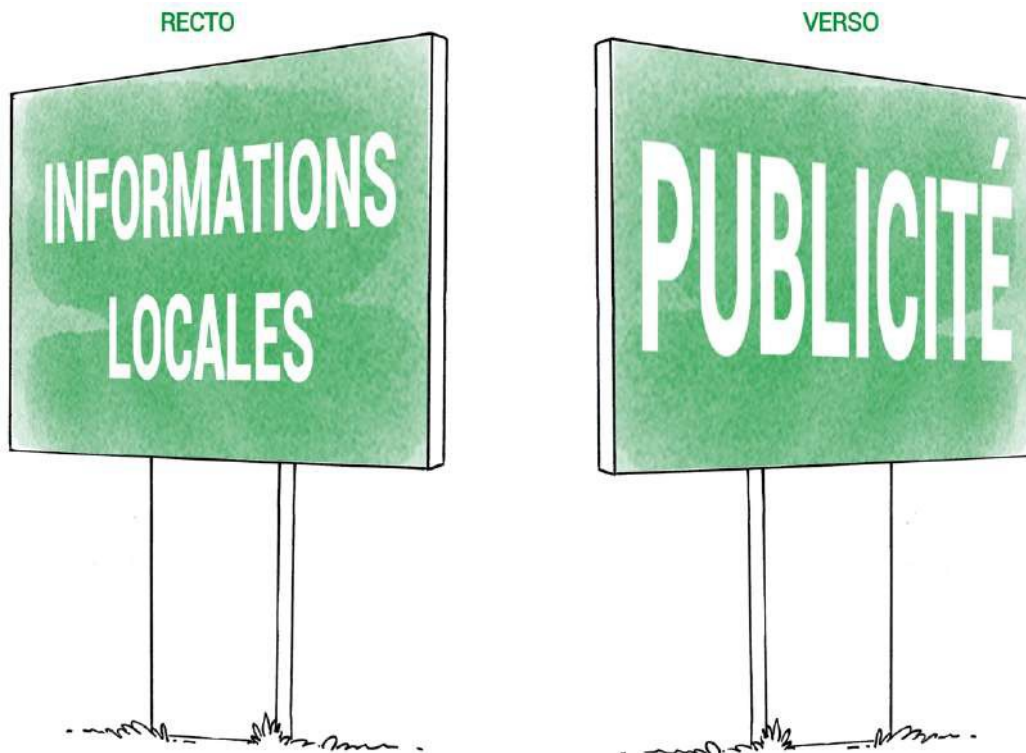
SURFACE TOTALE DE
TOUS LES DISPOSITIFS :
6m² MAXIMUM



Possibilités publicitaires sur un kiosque à journaux ou à usage commercial édifié sur le domaine public



Possibilités publicitaires sur des colonnes ou mats porte-affiches



Possibilités publicitaires sur du mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques

Le mobilier urbain peut donc, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :

- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique (impossible à Roissy-en-France puisque dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants la publicité numérique est interdite).

S'il supporte de la publicité numérique, il ne peut être placé à moins de 10 m d'une baie d'habitation située sur un fonds voisin lorsque la publicité numérique est visible de la baie et située parallèlement à celle-ci. La distance se mesure de la partie inférieure de la baie jusqu'à la partie supérieure de l'écran numérique.

Il ne peut pas supporter de publicité numérique dans :

- les parcs naturels régionaux ;
- l'aire d'adhésion des parcs nationaux ;
- les zones spéciales de conservation (directive Habitats) et les zones de protection spéciales (directive Oiseaux) du programme Natura2000.

La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :

- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du Code de l'Urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme ou sur un Plan d'Occupation des Sols ;
- si les affiches qu'il supporte sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.

La publicité éclairée par projection ou transparence supportée par le mobilier urbain n'est pas soumise à l'extinction nocturne entre 1 heure et 6 heures ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

Cette catégorie de publicité se décompose en cinq sous-catégories mais seulement deux sont présentes sur le territoire communal de Roissy-en-France, à savoir :

- des abris destinés au public supportant de la publicité d'un format de 2 m² ;
- des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucettes* ».



Publicité supportée par un abri destiné au public (photo de gauche) et mobilier numérique non publicitaire d'informations locales (photo de droite)

Les publicités supportées par les mobiliers urbains sont toutes de petit format (2 m²). Aucune publicité ne s'élève au-dessus de ce seuil et même les panneaux d'affichage administratif local présents en cœur du « Village » sont de format similaire mais ils ne sont pas concernés par la réglementation de la publicité extérieure même s'ils font parfois référence à des activités commerciales.

On ne recense par ailleurs aucune publicité numérique relevant du mobilier urbain mais six « sucettes » numériques diffusent des informations locales notamment administratives. Pour rappel, lorsque ces dispositifs ne diffusent que de l'information générale ou locale ou des œuvres artistiques, ils ne sont pas soumis à la réglementation de la publicité extérieure.

Par ailleurs, tous les mobiliers urbains recensés à Roissy-en-France se situent au sein du périmètre délimité des abords des monuments historiques. Le RLP actuellement en vigueur sur la commune ne prévoyant pas de dérogation, ils sont donc non conformes au Code de l'Environnement³⁵.

Finalement compte tenu du format contenu de ces dispositifs et de leur faible nombre, ils sont globalement peu impactants pour les paysages roisséens.

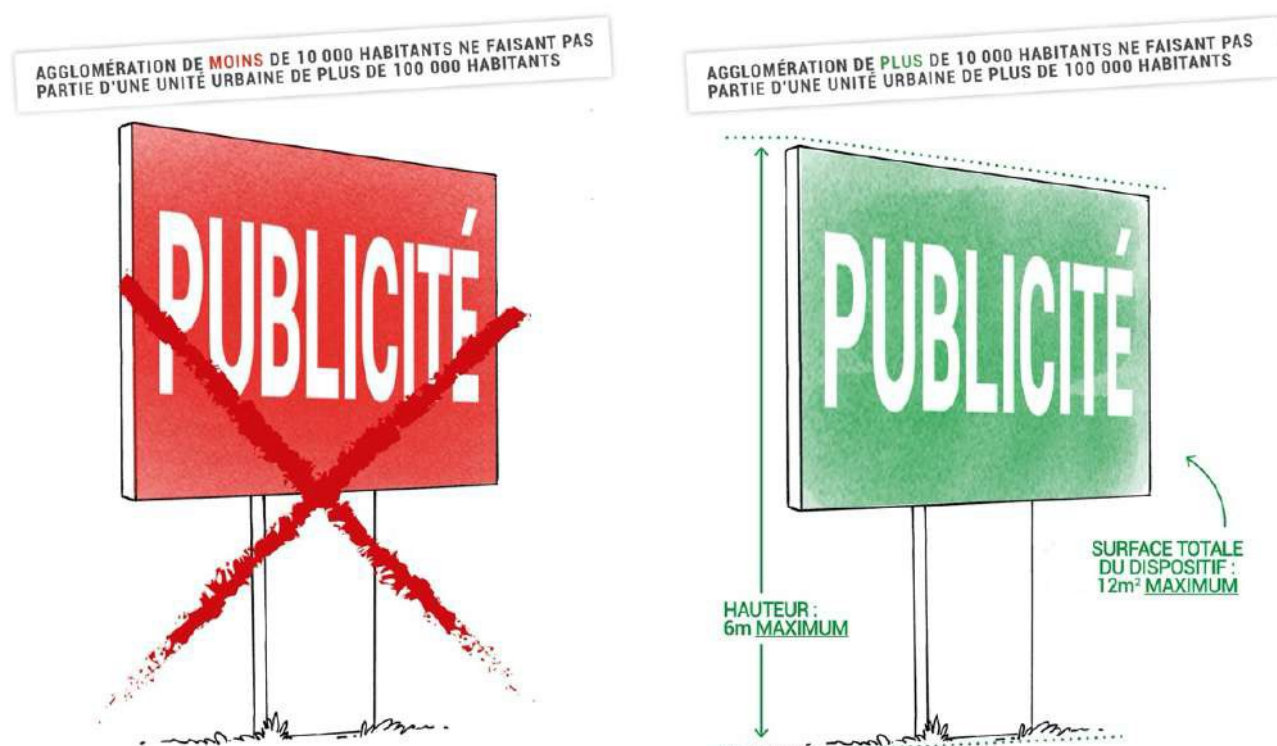
³⁵ Article L. 581-8 du Code de l'Environnement

Sachant que le mobilier urbain recevant de la publicité à titre accessoire constitue un outil de communication non négligeable pour les collectivités, sa place sur le territoire communal devra être posée de manière spécifique dans la future réglementation locale.

Enfin le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs ne se posera que pour les dispositifs ne contenant pas ni publicité ni pré-enseigne puisque Roissy-en-France ne compte aucune agglomération de plus de 10 000 habitants et n'est donc pas habilitée à disposer de publicités et pré-enseignes numériques sur son territoire.

c) Les publicités et pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est interdite quel que soit son format dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. De par sa localisation dans l'unité urbaine de Paris, Roissy-en-France bien que ne disposant pas d'agglomération de plus de 10 000 habitants échappe à cette restriction.



Située dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, le Code de l'Environnement prévoit pour Roissy-en-France des règles spécifiques aux publicités ou pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.

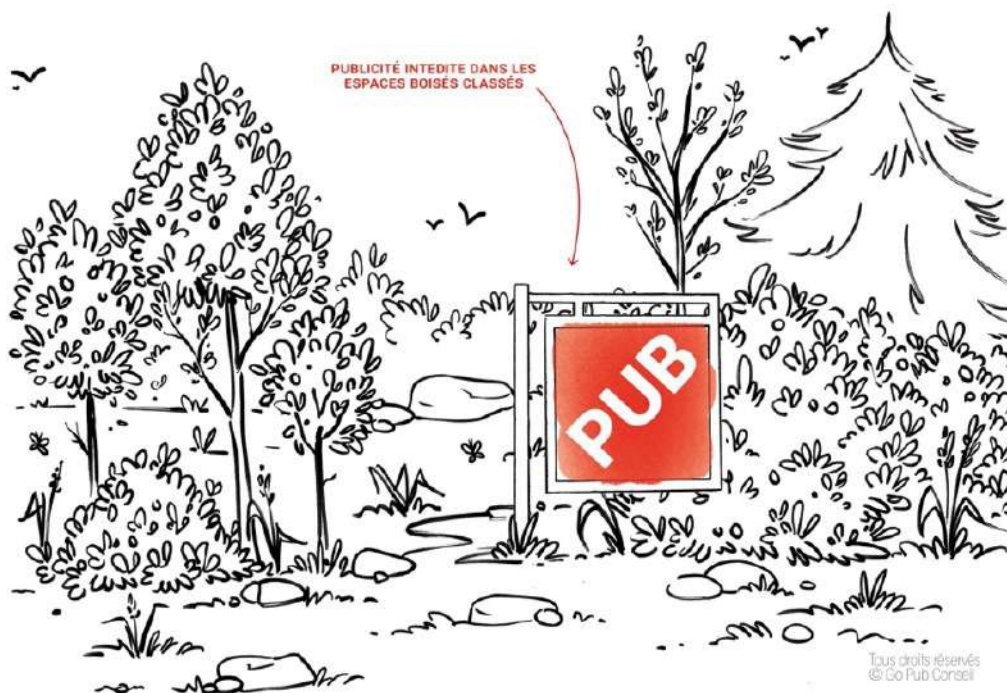


Exemples de publicités et pré-enseigne scellées au sol

Ces dispositifs font l'objet de prescription en matière d'implantation. A ce titre, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :

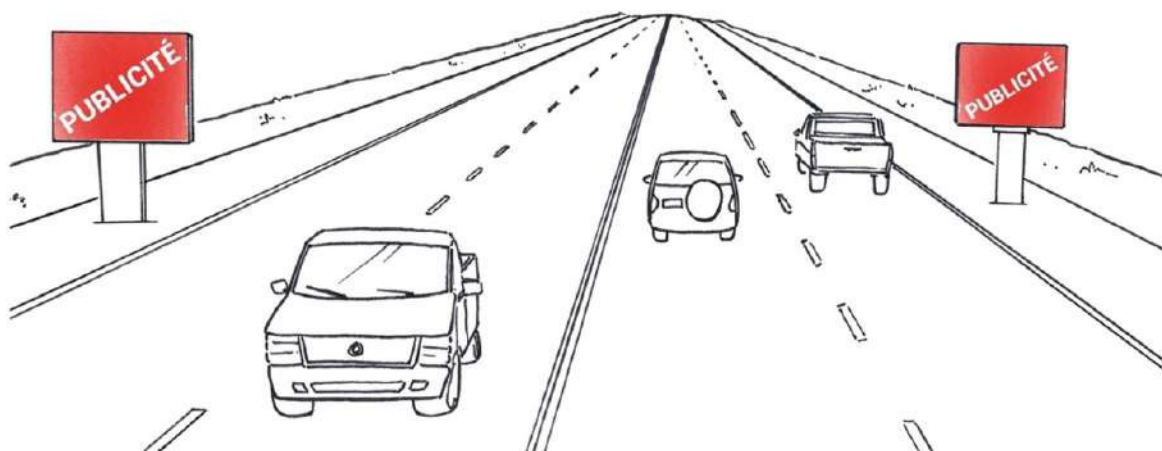
- dans les espaces boisés classés³⁶,
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un Plan Local d'Urbanisme (PLU) ou sur un Plan d'Occupation des Sols (POS).

Ces espaces d'interdiction absolue sont visibles sur la carte présente page 17 du présent rapport de présentation.

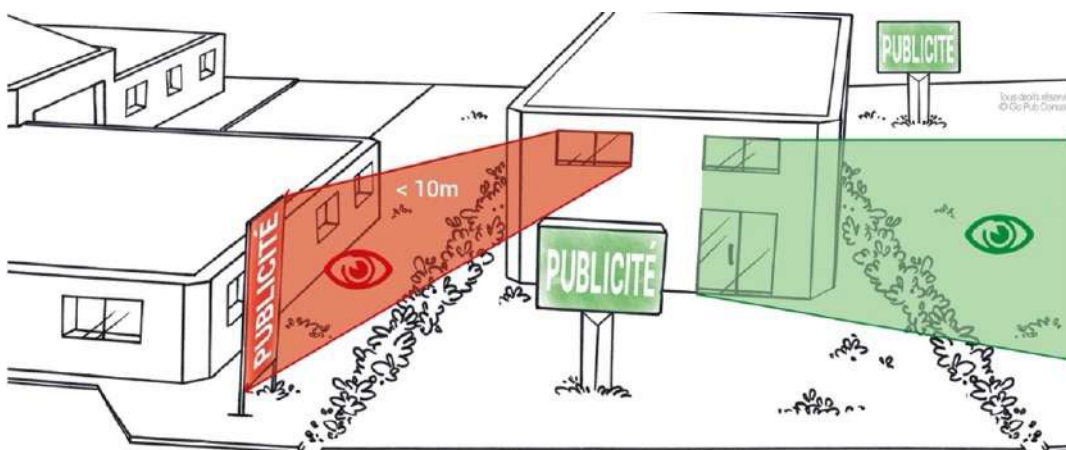


³⁶ Article L. 113-1 du Code de l'Urbanisme

En outre les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



De plus, un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur contenant cette baie.



Enfin l'implantation d'un dispositif scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.



A Roissy-en-France, on remarque que seul un dispositif n'excède pas la « surface hors tout » (surface du dispositif encadrement compris) de 12 m², format maximum autorisé par le Code de l'Environnement depuis la réforme de la loi « Grenelle II » et rappelé par la ministre de la transition écologique et solidaire³⁷.

En conséquence, une très grande majorité des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol peut donc être qualifiée de « grand format » (surface supérieure ou égale à 12 m²) très impactant pour les paysages. Ces dispositifs sont d'autant plus non conformes aux règles nationales qu'ils sont stratégiquement placés le long de l'axe routier parallèle à l'autoroute A1 en bordure de la zone aéroportuaire et visibles depuis celle-ci ce qui constitue là aussi une infraction.

Un seul dispositif inférieur au mètre carré est présent dans le Village mais malgré son petit format il est non conforme au Code de l'Environnement puisqu'installé équipement de circulation routière³⁸.

Ainsi il semble que sur le territoire roisséen, les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont principalement leur implantation et leurs dimensions souvent importantes (surface supérieure à 12 m²) ayant un impact paysager non négligeable malgré des paysages ouverts.

Alors que le RLP actuellement en vigueur sur la commune n'encadre pas de façon très restrictive ce type de publicité (à l'exception notable d'une interdiction totale dans « le Village »), le futur RLP pourra réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Il pourra également préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme le cœur de ville et ses secteurs à vocation résidentielle. Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages urbains sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

Quoiqu'il en soit, cette identification des dispositifs publicitaires posant des problèmes règlementaires et paysagers pourrait permettre une action de mise en conformité de ces supports, soit leur suppression.

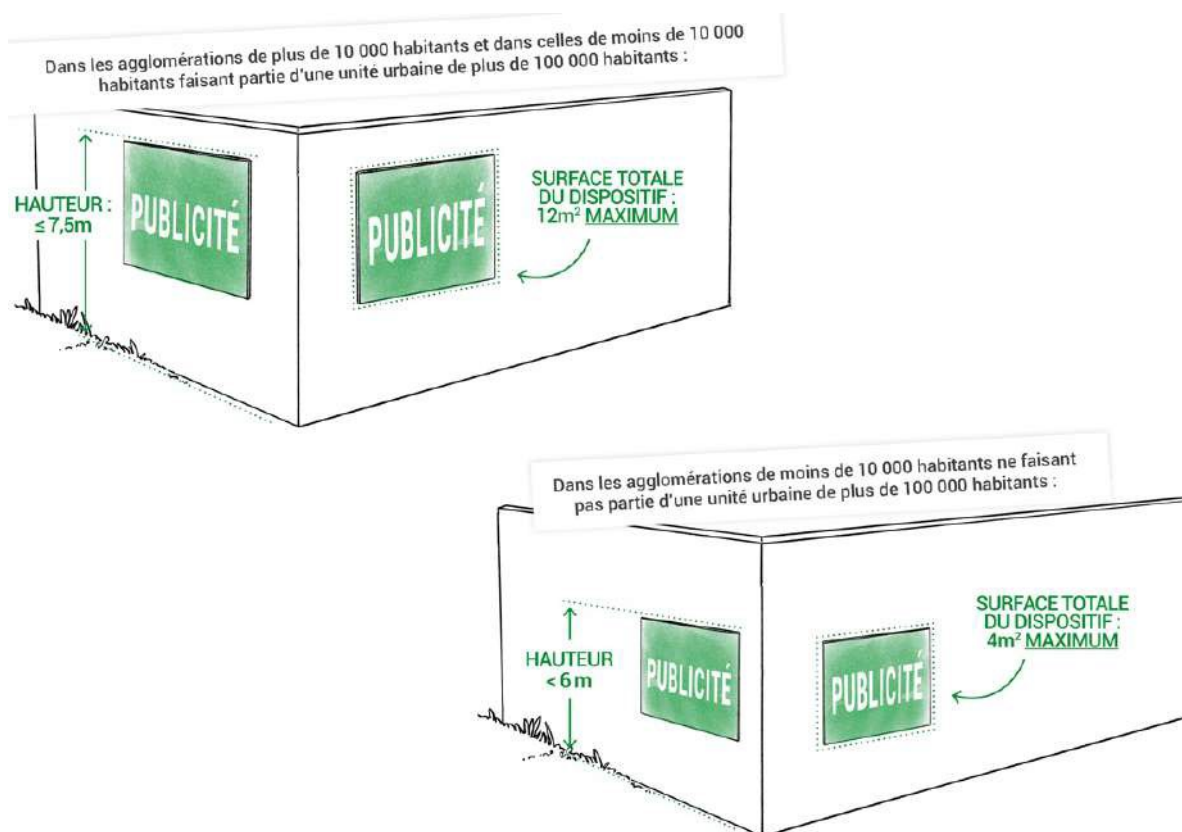
³⁷ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités

³⁸ Article R. 581-22 du Code de l'Environnement

d) Les publicités et pré-enseignes apposées sur un mur ou une clôture

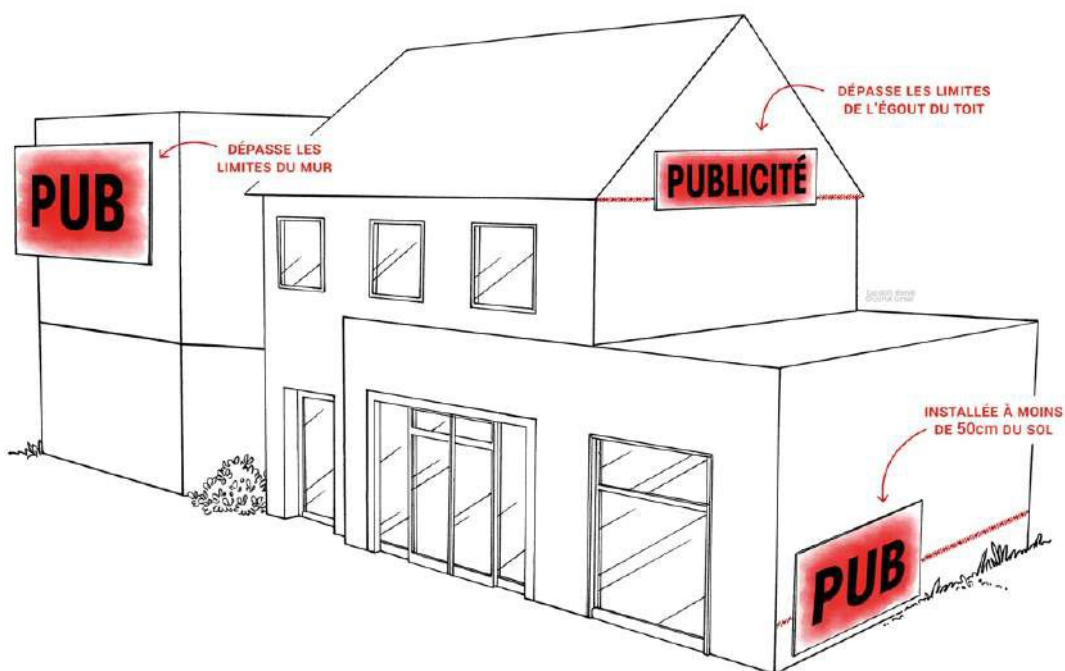
Au même titre que pour les publicités ou pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, le Code de l'Environnement prévoit des règles spécifiques aux publicités ou pré-enseignes apposées sur mur ou clôture, notamment en matière de :

- surface unitaire maximale $\leq 12 \text{ m}^2$
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol $\leq 7,5$ mètres.



Ces dispositifs répondent également à des prescriptions d'installation. Elles sont donc interdites si elles sont :

- apposées à moins de 50 cm du niveau du sol ;
- dépassent les limites du mur qui la supporte ;
- dépassent les limites de l'égout du toit ;
- apposées sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu ;
- apposées sur un mur sans que les publicités anciennes existant au même endroit aient été supprimées (sauf s'il s'agit de publicités peintes d'intérêt artistique, historique ou pittoresque).



La publicité sur mur ou clôture doit être située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 25 centimètres.

Au terme de l'inventaire réalisé sur le territoire communal, les publicités apposées sur mur ou clôture représentent près de la moitié des dispositifs publicitaires relevés sur la commune de Roissy-en-France (hors mobilier urbain).

Il s'agit du type de dispositifs s'intégrant le mieux à l'environnement, « *leur impact [aux publicités murales] dans le cadre de vie étant moins prégnant du fait de leur adossement à un support plein* »³⁹.

On remarque ici que la totalité des dispositifs recensés sont de « petit format » (moins de 2 m²) et utilisés par des activités locales. Une surface inférieure à 4 m² et peuvent donc être qualifiés de dispositifs de « petit » format. Seuls 4 dispositifs sont supérieurs à cette mesure dont 3 sont situés autour des terrains de tennis municipaux et 2 sont largement supérieurs à 12 m² (23,5 et 39 m² respectivement), soit bien au-delà des limites fixées par le Code de l'Environnement depuis la loi « Grenelle II ».

³⁹ Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités



Exemples de publicités et pré-enseigne apposées sur un mur et une clôture

Les publicités apposées sur mur ou clôture sont principalement impactées par des non-conformités à la réglementation nationale liées à leur implantation sur des supports non aveugles (la plupart du temps des clôtures ajourées). Il s'agit là d'un problème important puisqu'il concerne la moitié des publicités de ce type.

Par ailleurs, on recense une publicité recouvrant une baie, ce qui est formellement prohibé.

Enfin, même si ces dispositifs sont très peu impactant en termes de paysage, un seul d'entre eux respecte les restrictions posées par le RLP communal toujours en vigueur.

Le RLP actuellement en vigueur à Roissy-en-France avait en effet privilégié la protection des espaces patrimoniaux et résidentiels communaux en contraignant fortement les possibilités dans les espaces urbains centraux (publicité autorisée sur des murs de clôture aveugles dans le Village et limitée à une surface unitaire de 2 m² avec une hauteur maximale de 4 mètres) et en utilisant le RNP comme cadre pour la zone aéroportuaire.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture concernent donc surtout l'implantation des dispositifs.

Une réflexion pourra être portée sur l'harmonisation, si possible, des règles de densité entre ces deux types de publicités pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces deux catégories de dispositifs. Un encadrement similaire en matière de surface pourra être choisi.

Enfin, compte tenu des infractions relevées avec le Code de l'Environnement, la collectivité pourra utiliser ce diagnostic pour mettre en œuvre une action de mise en conformité permettant de retrouver des paysages urbains plus apaisés et qualitatifs.

e) La densité publicitaire

Outre les règles d'implantations spécifique en fonction de la typologie des publicités, le Code de l'Environnement pose la règle de densité suivante⁴⁰ applicable aux publicités sur mur ou clôture ainsi qu'aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés sur le sol :

I. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire.

Par exception, il peut être installé :

- soit 2 dispositifs publicitaires alignés horizontalement ou verticalement sur un mur support ;
- soit 2 dispositifs publicitaires scellés au sol sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 40 mètres linéaire.

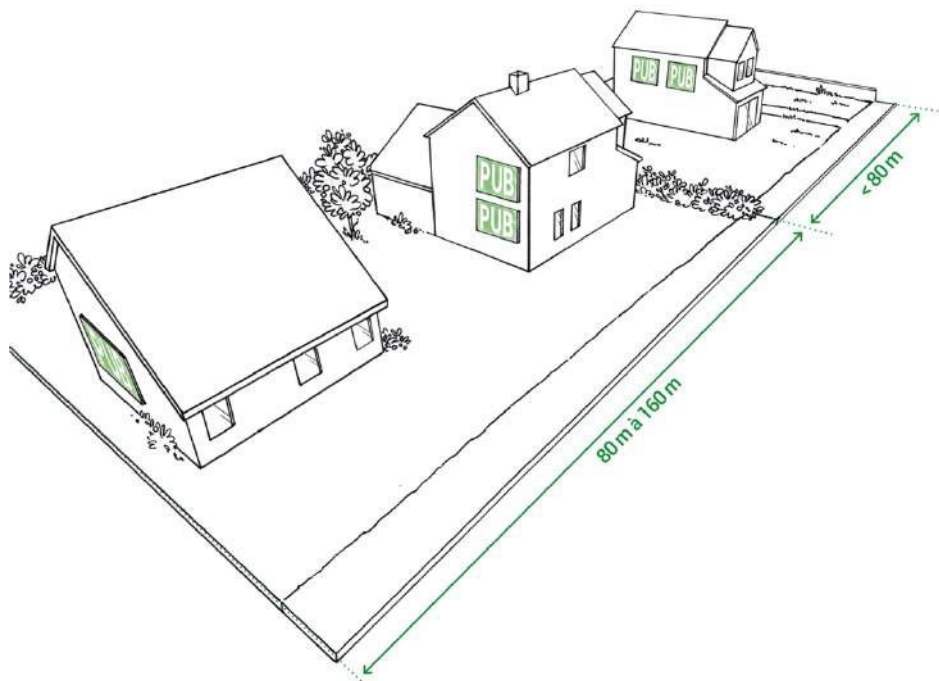
Sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

II. - Il ne peut être installé qu'un seul dispositif publicitaire sur le domaine public au droit des unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaires.

Lorsque l'unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 mètres linéaire, il peut être installé sur le domaine public un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

Ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public au droit de l'unité foncière.



⁴⁰ Article R. 581-25 du Code de l'Environnement



L'actuel RLP n'institue de règles concernant la densité publicitaire admise que sur les deux sous-secteurs aéroportuaires avec des limites de nombre et des interdistances. Pour autant le cœur de ville n'a pas été « inondé » de publicité, les mobiliers urbains sous convention permettant déjà un affichage amplement suffisant pour les acteurs économiques locaux. Quant aux publicités aéroportuaires, elles sont gérées par ADP sans problème majeur.

Il paraît néanmoins intéressant de mettre en place une règle de densité simple pour faire face aux nouveaux enjeux du territoire et continuer d'éviter la surenchère de dispositifs publicitaires.

f) Les bâches publicitaires

Les bâches publicitaires relèvent d'une catégorie spécifique issue de la « *grenellisation* » du Code de l'Environnement. Ainsi, ces dispositifs ne faisaient pas l'objet de règles particulières sous l'ancienne réglementation de la publicité extérieure.

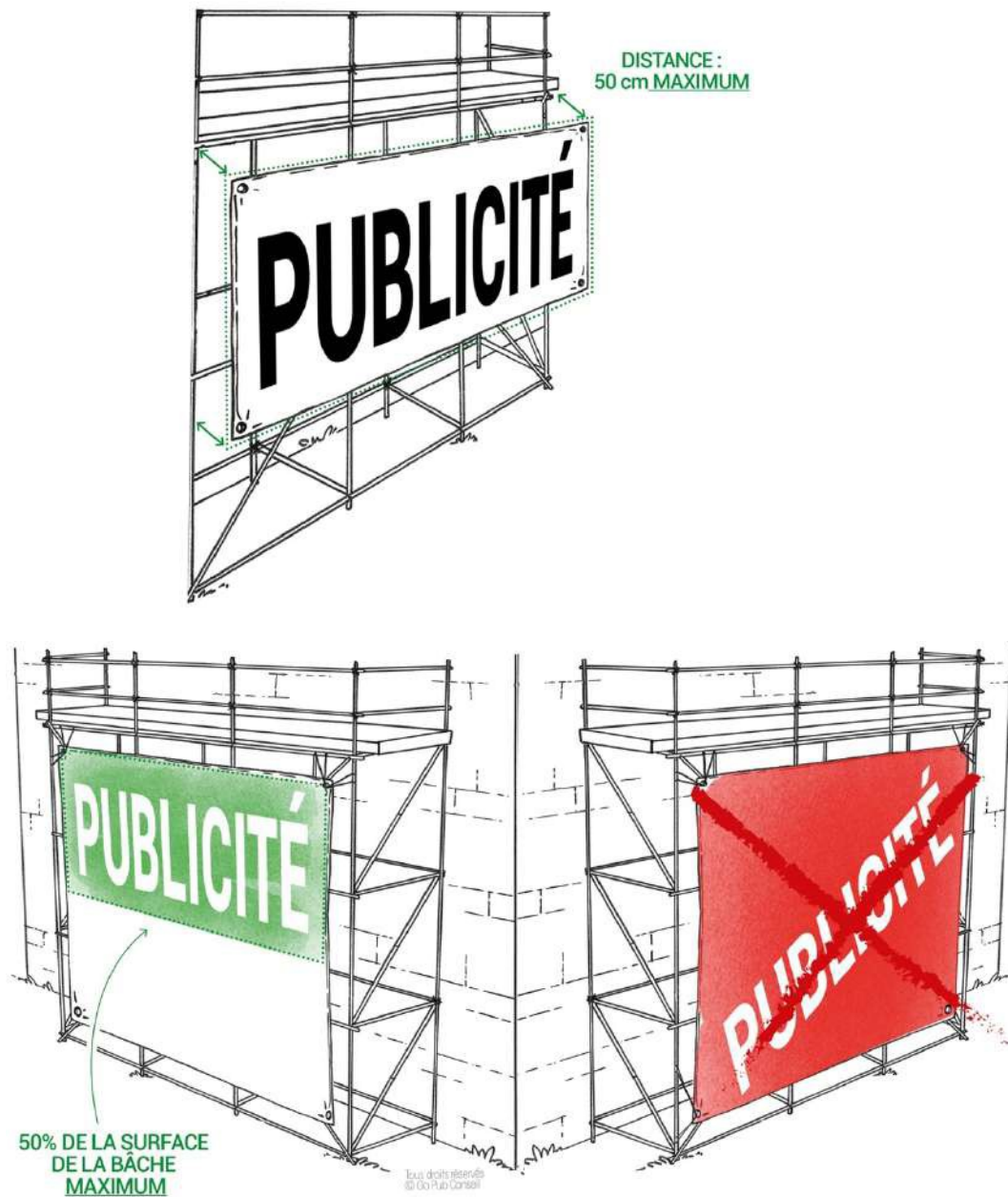
On compte deux types de bâches :

- les bâches de chantier, qui sont des bâches comportant de la publicité installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
- les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Ces bâches sont interdites si la publicité qu'elles supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la Route.

Une bâche de chantier comportant de la publicité ne peut constituer une saillie supérieure à 50 centimètres par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux. En outre, la durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier est inférieure à la durée d'utilisation effective des

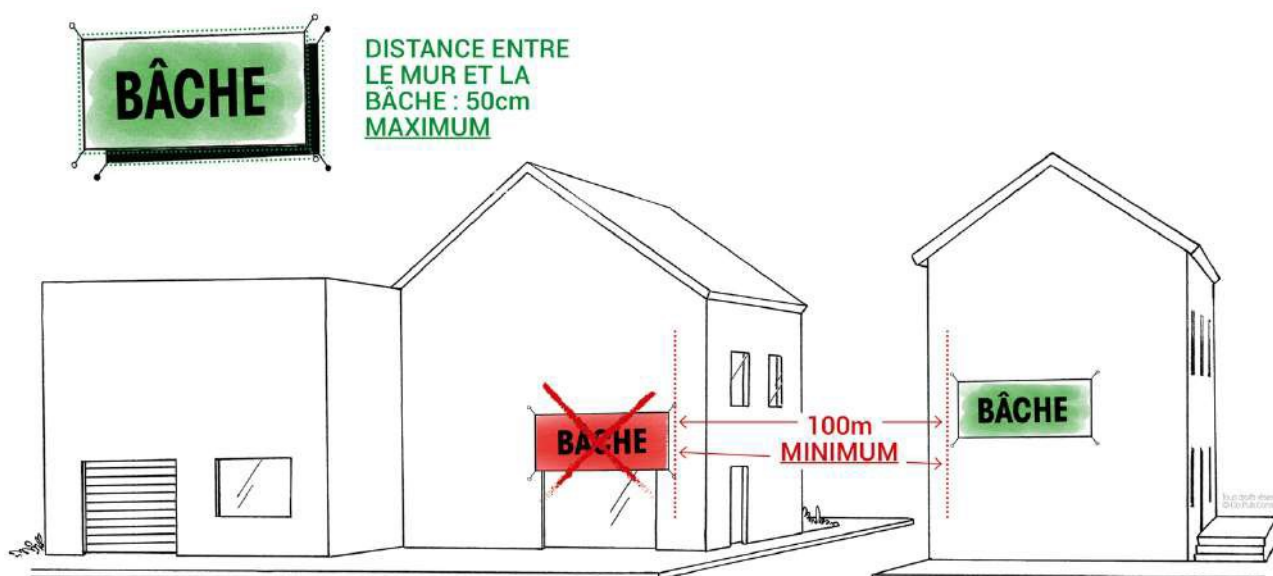
échafaudages pour les travaux et la surface de cet affichage ne peut excéder 50% de la surface de la bâche⁴¹.



Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à $0,5 \text{ m}^2$. Elles ne peuvent recouvrir tout ou partie d'une baie. La bâche publicitaire est située sur le mur qui la supporte ou sur un plan parallèle à ce mur. Elle ne peut constituer par rapport à ce mur une saillie supérieure à 50 centimètres, à moins que celui-ci soit édifié en retrait des autres murs de l'immeuble et à condition qu'elle ne soit pas en saillie par rapport à ceux-ci.

La distance entre deux bâches publicitaires est d'au moins 100 mètres.

⁴¹ L'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité apposée sur bâches notamment le fait qu'elle doit être installée à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucune bâche n'a été relevée sur le territoire de la commune de Roissy-en-France. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

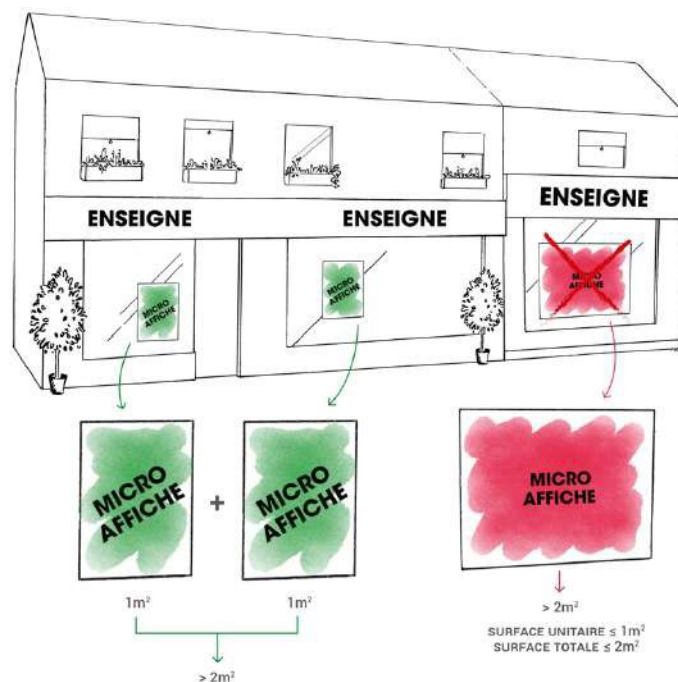
g) Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Comme pour les bâches publicitaires, cette catégorie de dispositifs est apparue suite à la « *grenellisation* » de la réglementation de la publicité extérieure.

Il s'agit désormais d'une catégorie spécifique de publicité strictement encadrée par le Code de l'Environnement. Le Guide pratique du Ministère de l'Écologie sur la réglementation de la publicité extérieure définit ces dispositifs comme une « *publicité d'une taille inférieure à un mètre carré, majoritairement apposée sur les murs ou vitrines de commerces.* »

Il s'agit d'une catégorie relativement peu répandue et peu impactante pour le paysage. Le risque de ces dispositifs est de venir surcharger la façade des activités qui les accueille en masquant la lisibilité du commerce en question. Il s'agit pour autant d'une source de revenu pour ces activités.

Le Code de l'Environnement les limite à une surface unitaire inférieure à 1 m². Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 m².



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Parfois on peut constater que plusieurs dispositifs de ce type sont installés sur une même activité avec pour effet d'accentuer le phénomène de saturation des façades. En effet, ces dispositifs ne sont pas comptabilisés dans le calcul de la surface cumulée des enseignes institué par le Code de l'Environnement.

Le RLP actuellement en vigueur autorise l'installation d'un dispositif intégré dans un caisson étanche par devanture commerciale d'un format maximum de 0,6*0,8 m mais cette possibilité n'est utilisée par aucun commerçant du « Village ».

Le futur RLP veillera à conserver des possibilités mesurées pour ce type de dispositifs afin de poursuivre la préservation de la qualité des façades commerciales.

h) Les dispositifs de dimension exceptionnelle

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont interdits si la publicité qu'ils supportent est visible d'une autoroute, d'une bretelle de raccordement une autoroute, d'une route express, d'une déviation, d'une voie publique situées hors agglomération ainsi que dans les cas prévus par l'article R. 418-7 du Code de la Route.

La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

Les dispositifs de dimensions exceptionnelles qui supportent de la publicité numérique ne peuvent avoir une surface unitaire supérieure à 50 m².

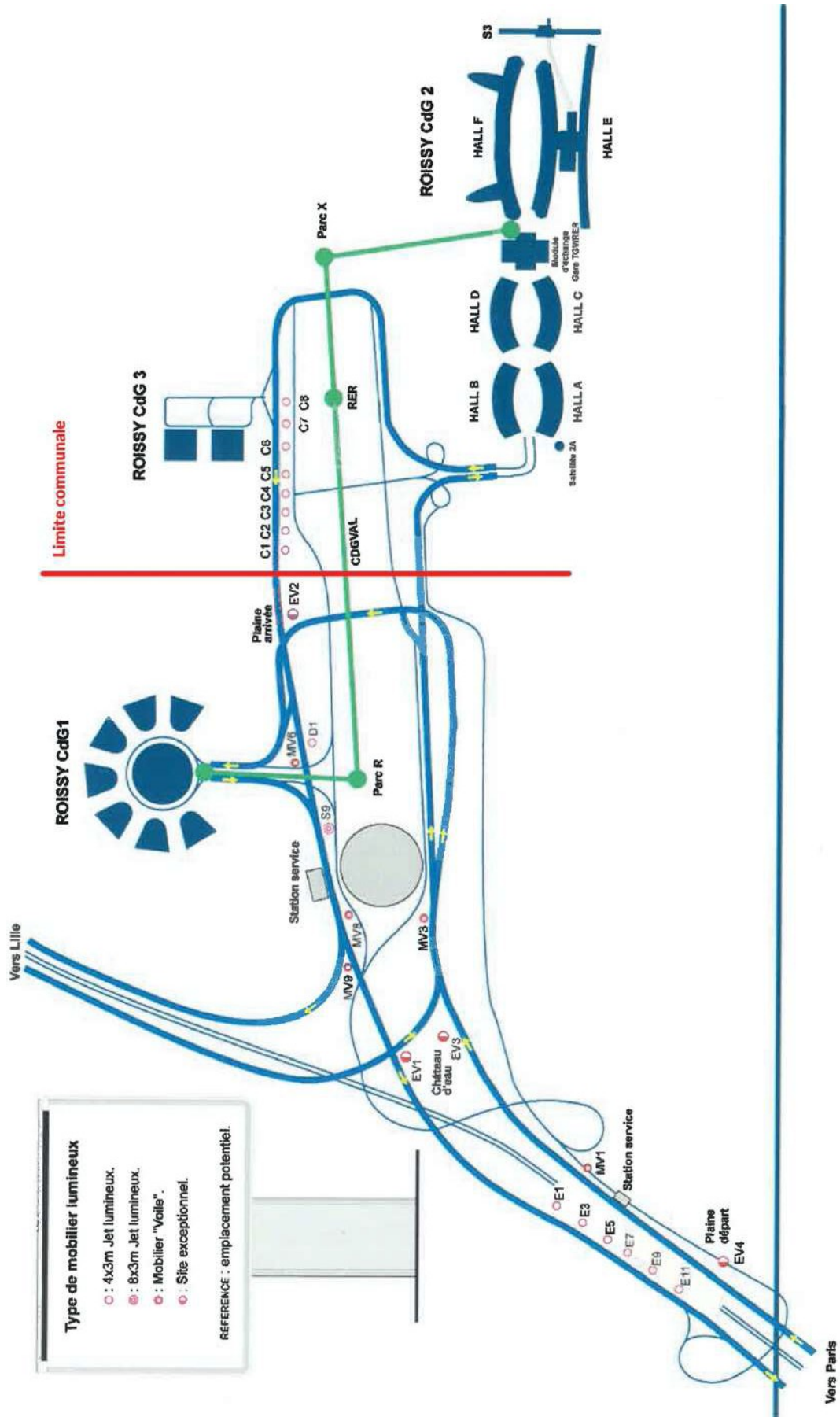
D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent aux dispositifs dimensions exceptionnelles notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 centimètres du niveau du sol.

Lors du recensement, aucun dispositif de dimensions exceptionnelles n'a été relevé sur le territoire communal. Néanmoins, le futur RLP pourra poser une réglementation locale spécifique pour se prémunir des éventuelles problématiques paysagères induites par ce type de publicité.

- i) Les dispositifs installés sur l'emprise des aéroports et gares ferroviaires hors agglomération

Type		Caractéristiques
Publicité non lumineuse sur mur ou clôture	Surface $\leq 12\text{m}^2$ Hauteur $\leq 7,5\text{ m}$	Attention ces règles sont aussi valables pour les aéroports et les gares ferroviaires situés en agglomération
Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux	Surface $\leq 12\text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6\text{ m}$	Interdits si les affiches qu'ils supportent : - ne sont visibles que d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express ; - ne sont visibles que d'une déviation ou voie publique située hors agglomération et hors de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires.
Publicité lumineuse	Surface $\leq 8\text{ m}^2$ Hauteur $\leq 6\text{ m}$	-

La publicité lumineuse n'est pas soumise à extinction nocturne dans l'emprise des aéroports.



Localisation des supports publicitaires sur l'emprise de la plateforme aéroportuaire de Roissy-en-France

j) Les publicités et pré-enseignes lumineuses

Depuis quelques années, de nombreuses études ont évalué l'impact de la pollution lumineuse. En juillet 2015, la Mission Économie de la Biodiversité (MEB) et l'Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturnes (ANPCEN) ont démontré une augmentation du nombre de points lumineux de l'éclairage public de 89% entre les années 1990 et 2012. Cela représente aujourd'hui près de 11 millions de points lumineux.

Cette pression lumineuse a un impact non négligeable sur l'environnement et le cadre de vie. Seule ou en combinaison avec d'autres pressions, elle contribue à l'érosion actuelle de la biodiversité et à la fragmentation des milieux.

La publicité lumineuse, publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet, participe donc directement à cette pression lumineuse.

Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieure des collectivités pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, les publicités, les enseignes et pré-enseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire nationale.

Les effets d'éblouissement, de désynchronisation des rythmes biologiques, de perturbation des migrations et déplacements nocturnes, de la reproduction ou encore du changement des relations proies-prédateurs sont autant de conséquences sur la vie nocturne de la biodiversité.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh⁴².



Cartographie de la pollution lumineuse en France⁴³

⁴² https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

⁴³ <http://risquesenvironnementaux-collectivites.oree.org/le-guide/risques-mon-territoire/sante-environnement/pollution-lumineuse.html>

Compte tenu de ces enjeux, la pollution lumineuse a été reconnue notamment par la loi de 2016 pour la reconquête de la biodiversité. En effet, pour la première fois en 2016, la loi est venue reconnaître les paysages nocturnes comme « *patrimoine de la Nation* » et souligne le devoir pour tous de protéger l'environnement nocturne. Déjà en 2010, la loi « Grenelle II » prévoyait la création au sein du livre V, titre VIII du Code de l'Environnement d'un nouveau chapitre dénommé « *Prévention des nuisances lumineuses* ».

Le Code de l'Environnement a donc mis en place des règles spécifiques dédiées aux publicités et pré-enseignes lumineuses, notamment l'extinction nocturne. En effet, les publicités lumineuses sont éteintes entre 1 heure et 6 heures, à l'exception de celles installées sur l'emprise des aéroports, de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

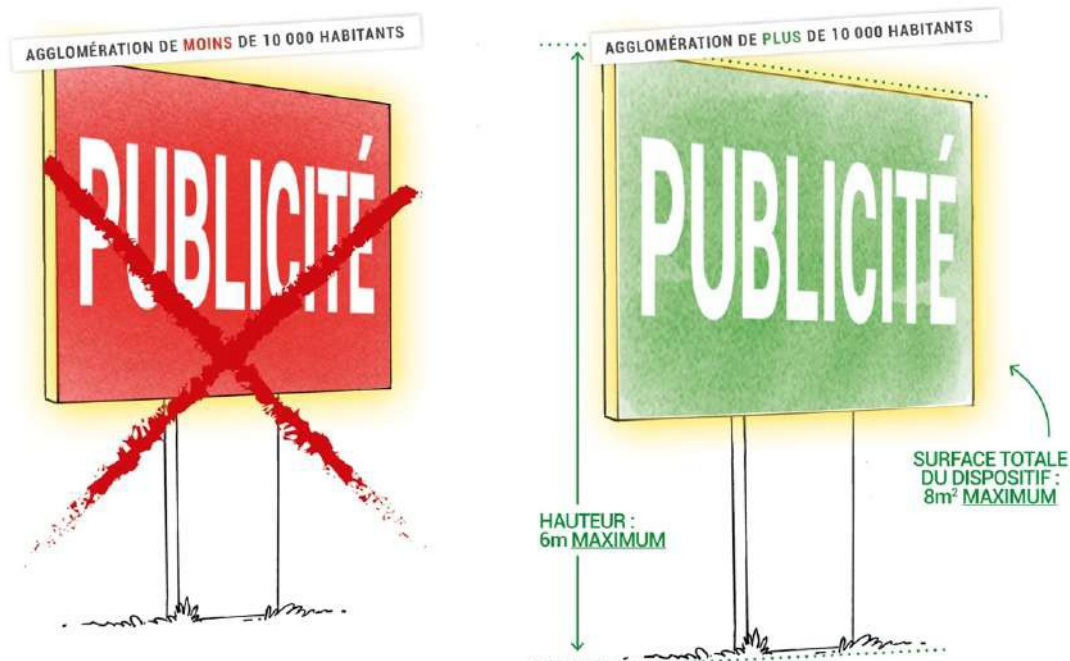


La publicité lumineuse respecte des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁴. Les dispositions qui suivent ne sont pas applicables aux dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions de la publicité non lumineuse citées précédemment.

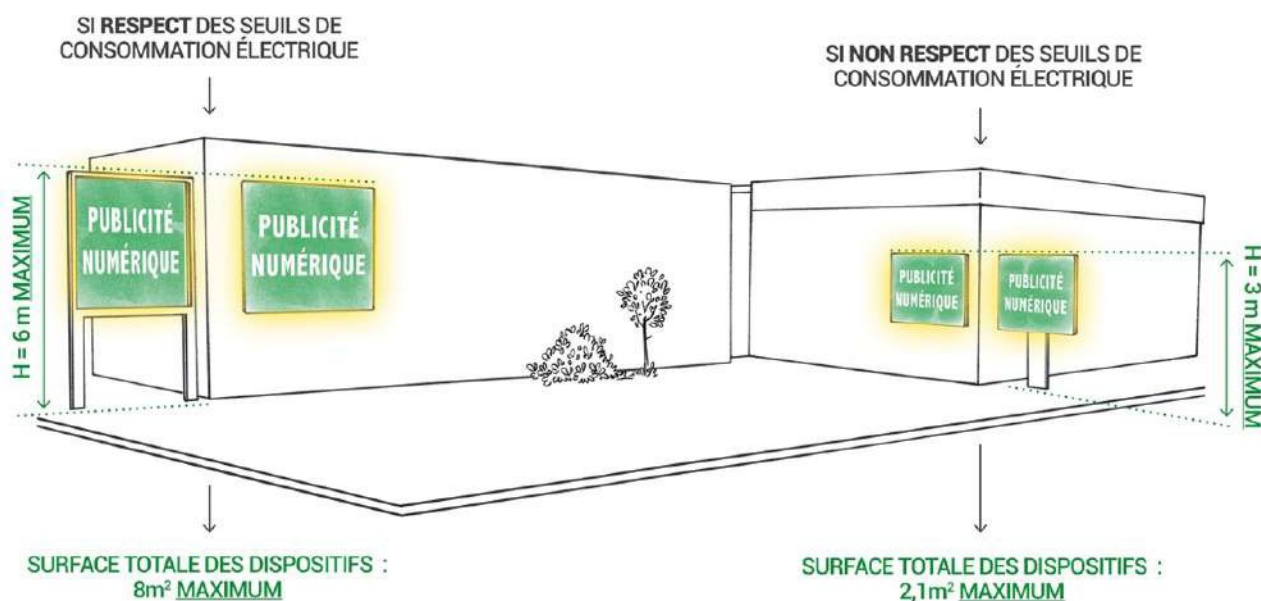
La publicité numérique et la publicité autre que celle éclairée par projection ou par transparence sont une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elles sont donc soumises aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse à savoir :

- surface unitaire maximale $\leq 8 \text{ m}^2$;
- hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 mètres.

⁴⁴ Arrêté ministériel non publié à ce jour



Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel⁴⁵, la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

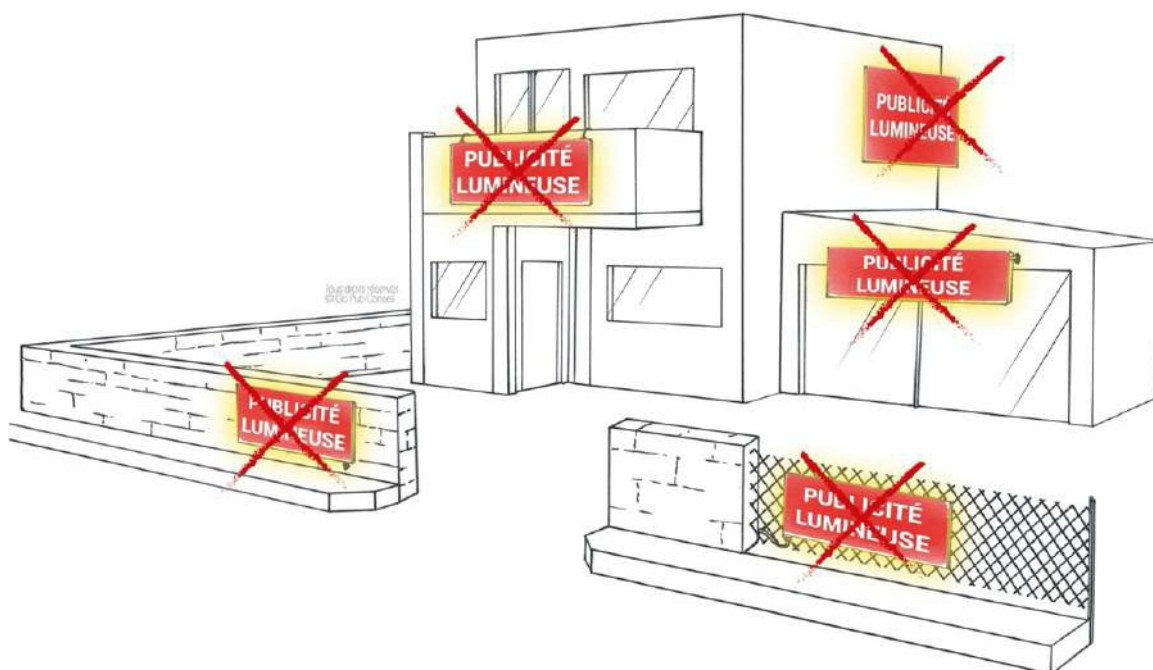


La publicité lumineuse doit être située dans un plan parallèle à celui du mur qui la supporte.

La publicité lumineuse ne peut :

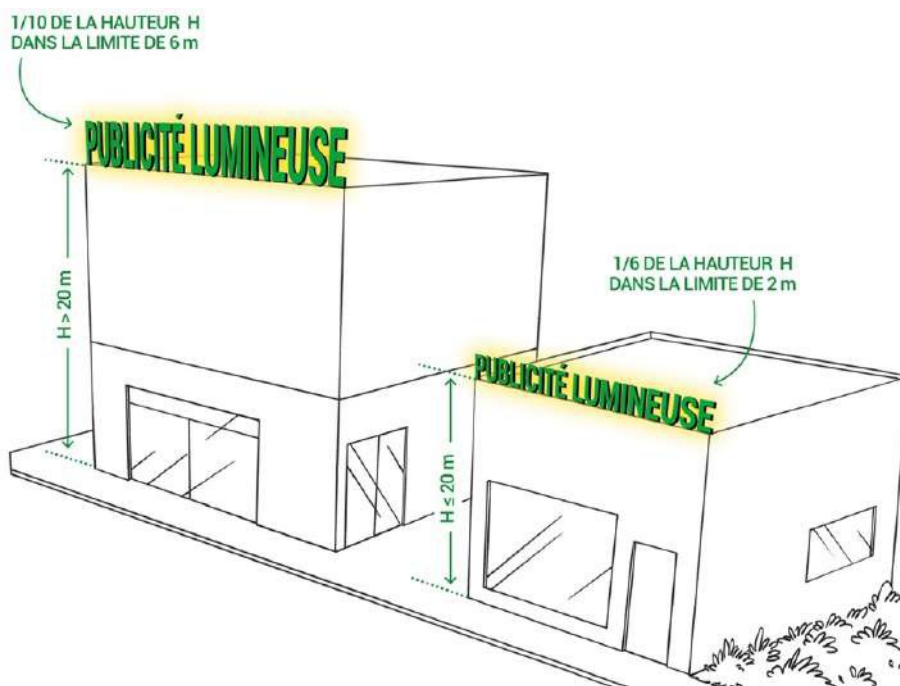
- recouvrir tout ou partie d'une baie ;
- dépasser les limites du mur qui la supporte ;
- être apposée sur un garde-corps de balcon ou balconnet ;
- être apposée sur une clôture.

⁴⁵ Arrêté ministériel non publié à ce jour



Lorsqu'une publicité lumineuse est située sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu, elle ne peut être réalisée qu'au moyen de lettres ou signes découpés dissimulant leur fixation sur le support et sans panneaux de fond autres que ceux qui sont strictement nécessaires à la dissimulation des supports de base, sur une toiture ou une terrasse. Dans tous les cas, la hauteur de ces panneaux ne peut excéder 50 centimètres.

Hauteur maximale des publicités sur toiture	
Hauteur de la façade \leq 20 m	1/6 de la hauteur de la façade dans la limite de 2 m
Hauteur de la façade $>$ 20 m	1/10 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



En l'espèce, hors mobilier urbain, la publicité lumineuse est absente du territoire de la commune de Roissy-en-France et donc a fortiori le recensement n'a mis en évidence aucun dispositif publicitaire numérique.

Cependant, suite aux impacts détectés en matière de pollution lumineuse, plusieurs recommandations, appuyées par l'ANPCEN ont été proposées comme :

- sélectionner l'intensité et la qualité de la lumière, l'intensité de l'éclairage sera limitée au nécessaire ;
- réduire la puissance des lampes si elles sont surdimensionnées ;
- remplacer les lampes au mercure par des lampes au sodium en utilisant au minimum la lumière blanche ;
- moduler la durée d'éclairage, il faut viser une synchronisation avec la période de repos nocturne. Les publicités et autres éclairages non nécessaires durant cette période doivent être éteints ou leur intensité réduite autant que possible.

Le RLP de Roissy-en-France n'introduit pas de règles particulières pour la publicité lumineuse mais la soumet à autorisation du maire si éclairée par un autre moyen que la projection ou la transparence. Il n'est rien indiqué au niveau des dispositifs numériques.

Néanmoins une attention particulière sera donc portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Ainsi, sachant que Roissy-en-France appartient à une unité urbaine qui compte plus de 800 000 habitants, le RLP indiquera une plage d'extinction nocturne des dispositifs publicitaires, d'enseignes et de pré-enseignes afin de limiter la pollution lumineuse qu'ils génèrent.

2. Les enjeux en matière d'enseignes

a) Généralités

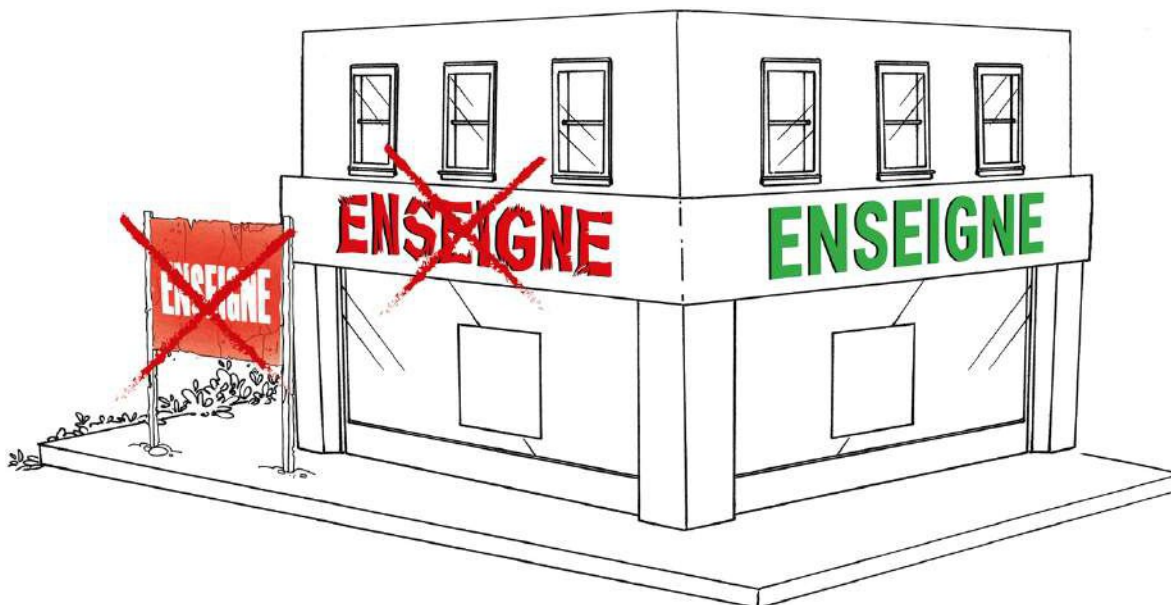
Les enseignes, par leurs implantations et leurs formats, peuvent avoir un impact important sur le paysage. En effet, on observe dans certains lieux des enseignes qui ne s'inscrivent pas dans le cadre paysager les entourant. Cela est aussi bien le cas en zones d'activités qu'en centre-ville ou dans d'autres secteurs où il y a peu d'enseignes (zones résidentielles, espaces naturels et agricoles, ...).

Un échantillonnage sélectif des enseignes lors de l'inventaire terrain a permis de dénombrier cinq grandes catégories d'enseignes sur le territoire communal réparties de la manière suivante :

- des enseignes parallèles au mur ;
- des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- des enseignes perpendiculaires au mur ;
- des enseignes sur une clôture.

Quel que soit leur typologie, le Code de l'Environnement impose que les enseignes soient :

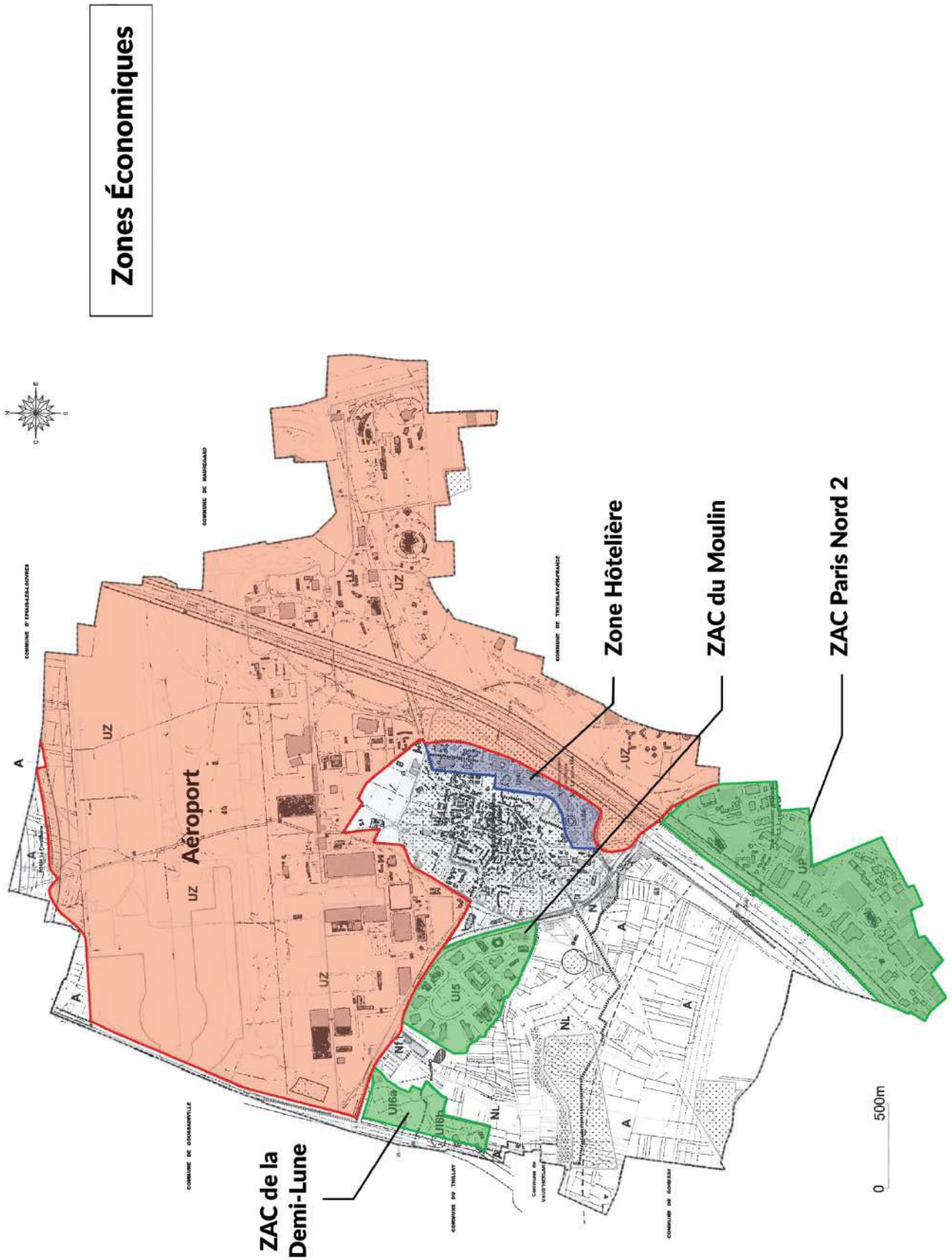
- constituées par des matériaux durables ;
- maintenues en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale ;
- supprimées par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les trois mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).



Compte tenu de la définition des enseignes donnée par le Code de l'Environnement, la présence d'activités génère nécessairement une pression liée aux enseignes. On les retrouve donc là où le tissu commercial est dense soit :

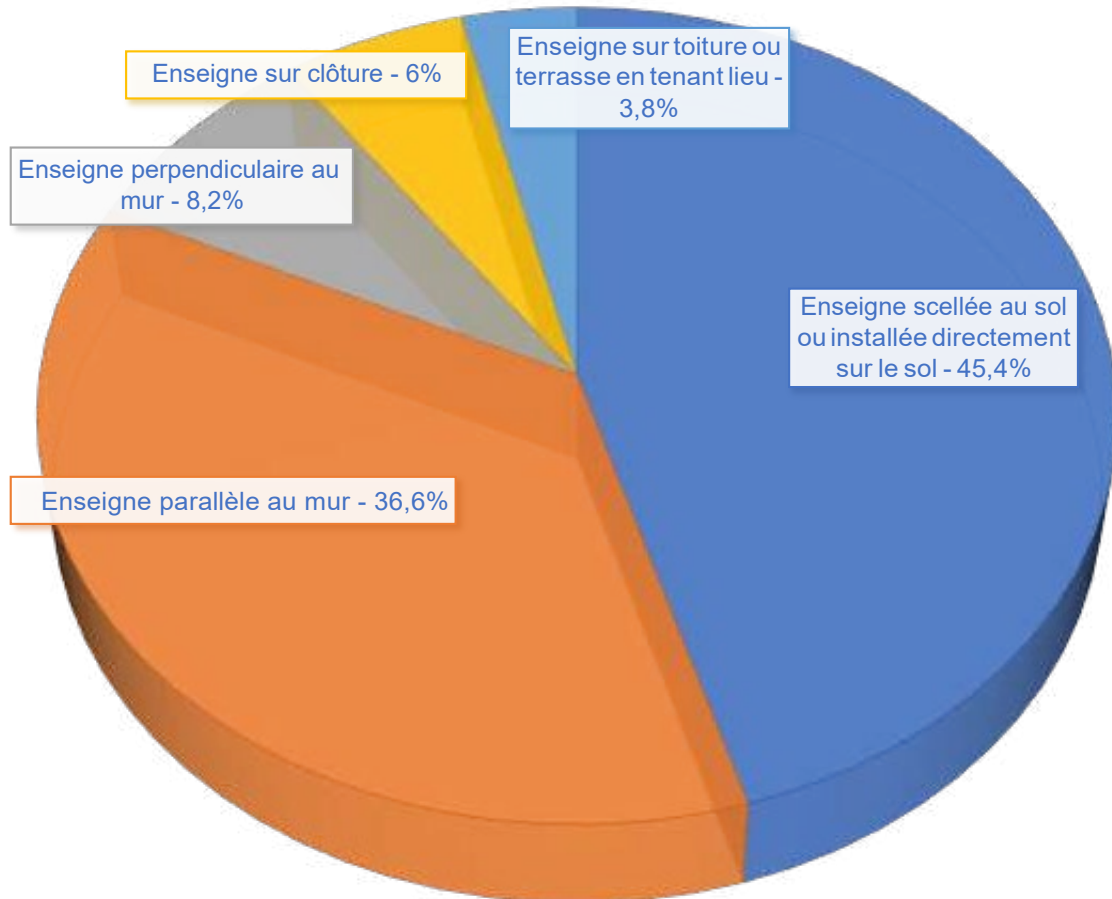
- dans le cœur de ville commerçant et de services roisséen ;
- au cœur des zones d'activités économiques (les deux zones hôtelières, le Parc d'Affaires International Paris Nord 2, le Parc du Moulin) ;
- dans la zone aéroportuaire à proprement parler et sa zone commerciale d'Aéroville.

Ailleurs les activités étant plus éparées et hors d'un tissu urbain dense, on recense des enseignes de façon plus ponctuelle et anecdotique.



Localisation des principales zones économiques à Roissy-en-France

Compte tenu de ce tissu économique très marqué entre activités de proximité et activités de grande ampleur, la typologie des enseignes relevées est dominée par les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ainsi que celles parallèles au mur alors que les enseignes perpendiculaires, sur clôture ou sur toiture sont plus rares et exclusives de certains secteurs et activités (cf. graphique ci-après).



b) Les enseignes parallèles au mur

Plus du tiers des enseignes présentes à Roissy-en-France sont des enseignes apposées parallèlement à un mur support. Elles se présentent sous diverses formes (en lettres découpées, vitrophanie, sur store-banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches) et on les retrouve tant en cœur de ville qu'au sein des secteurs dévolus aux activités plus « spacivores ».

L'enseigne parallèle au mur est globalement l'enseigne posant le moins de problèmes paysagers dès lors qu'elle respecte les règles nationales en vigueur concernant son implantation et sa surface⁴⁶. En effet, ce type d'enseigne doit répondre à des règles d'implantations spécifiques comme :

- ne pas dépasser les limites de ce mur ;
- ne pas constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 centimètres ;
- ne pas dépasser les limites de l'égout du toit.

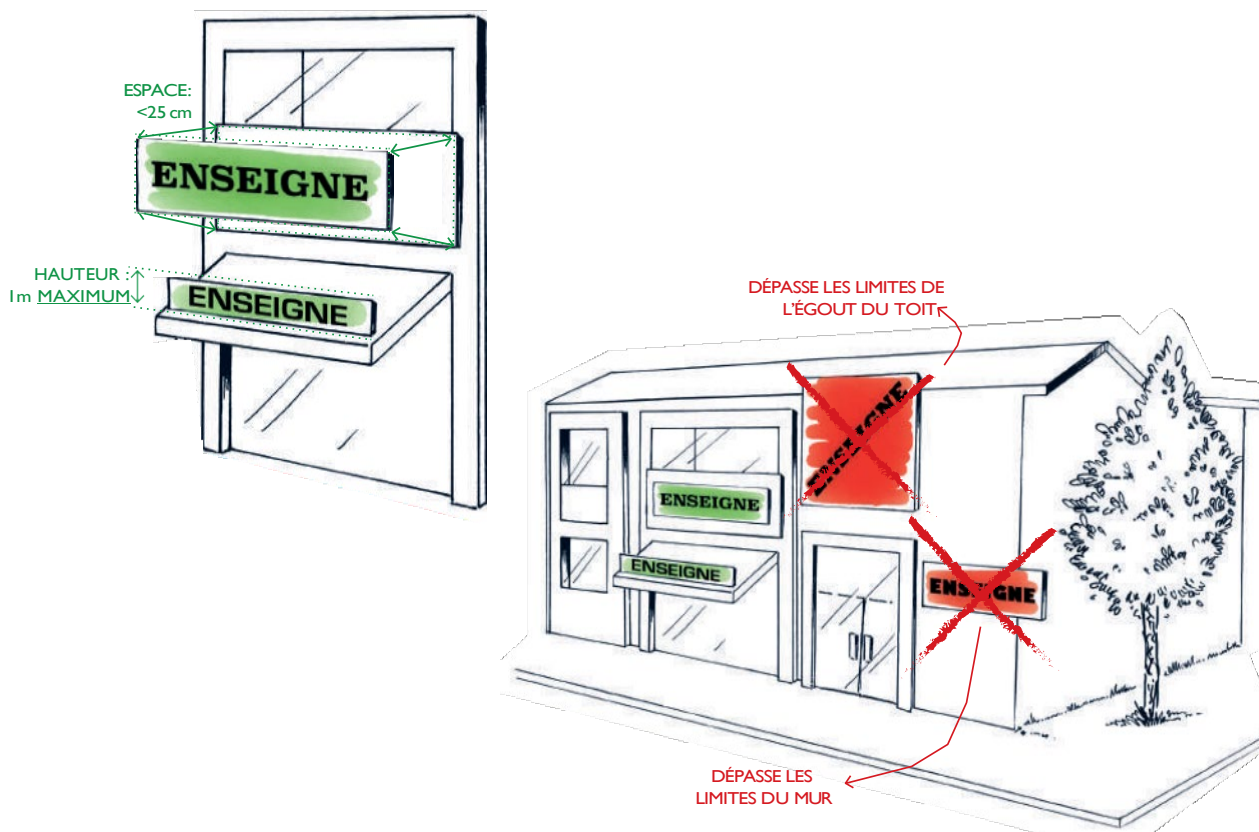
⁴⁶ Articles R. 581-60 et R. 581-63 du Code de l'Environnement



Exemples d'enseignes parallèles au mur recensées à Roissy-en-France

Dans la typologie des enseignes parallèles au mur, on retrouve les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Ces enseignes peuvent être installées si elles respectent les règles suivantes :

- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et si elles ne constituent pas une saillie de plus de 25 centimètres par rapport à lui.



Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, les enseignes sur balcon, auvent ou marquise viennent malgré tout masquer les éléments décoratifs des balcons ou des façades et présentent peu d'intérêt. En effet, beaucoup de ces enseignes pourraient être installées sur la façade du bâtiment sans altérer la visibilité de l'activité.

Leur rareté voire leur absence sur le territoire de la commune de Roissy-en-France pourrait amener la collectivité à réfléchir à leur interdiction sur tout ou partie du territoire ou à la mise en place de règles locales permettant une meilleure insertion paysagère de ces dispositifs aux bâtiments sur lesquels ils sont installés.

Globalement les enseignes parallèles au mur posent peu de problèmes paysagers sur le territoire communal en partie grâce à des règles locales diversement appliquées mais qui encadrent déjà le nombre, le format et même la forme au moins sur « le Village ».

De plus, l'immense majorité des établissements concernés respecte la réglementation nationale en vigueur même si certaines devantures auraient pu être plus soignées notamment en termes d'entretien, de redondance de la signalisation ou d'implantation (dépassement des limites du mur support, installation au-dessus du rez-de-chaussée pour des activités non situées en étage).

La régularisation des rares non conformités au Code de l'Environnement rencontrées sera en mesure de régler les quelques écarts paysagers observés sur cette catégorie d'enseignes.

c) Les enseignes perpendiculaires au mur

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 8,2% des enseignes du territoire et sont de taille assez modeste comparativement aux autres types d'enseignes. Elles sont principalement présentes dans le cœur de ville et la zone hôtelière adjacente.



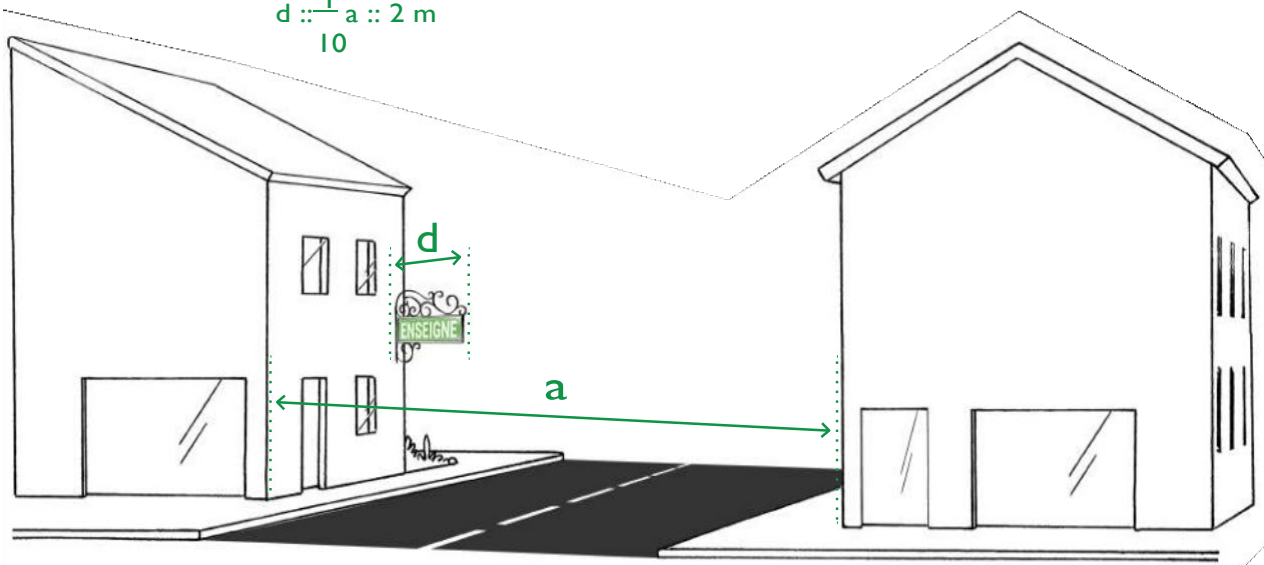
Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur identifiées à Roissy-en-France

La conformité de ces enseignes est respectée lorsqu'elles :

- ne dépassent la limite supérieure de ce mur ;
- ne sont pas apposées devant une fenêtre ou un balcon ;
- ne constituent par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique, sauf si des règlements de voirie plus restrictifs en disposent autrement (dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder deux mètres).

a = distance entre les 2 alignements de la voie publique

$$d :: \frac{1}{10} a :: 2 \text{ m}$$



Les seuls problèmes paysagers notables posés par ces enseignes sont liés à leur cumul sur la façade d'une même activité. Ici c'est le cas de certains établissements (bars-tabacs-presses, hôtels, restaurants) qui signalent parfois tout ou partie de leurs activités et/ou produits sur des dispositifs individuels qui se chevauchent et/ou se succèdent (cf. exemples ci-dessous). Cependant cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité et/ou lisibilité de l'activité.

Pour autant, à Roissy-en-France, la plupart des activités disposant d'une enseigne de ce type n'en exploite qu'une par façade dont la saillie n'excède presque jamais 80 centimètres (trois activités recensées) et la surface unitaire n'excède qu'exceptionnellement les deux mètres carrés (une activité concernée).



Exemples d'enseignes perpendiculaires au mur posant des problèmes paysagers à Roissy-en-France

Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues plus ou moins étroites des centralités urbaines avec des fermetures de vue vers le grand paysage naturel ou le patrimoine bâti ou encore des outils de signalisation routière.

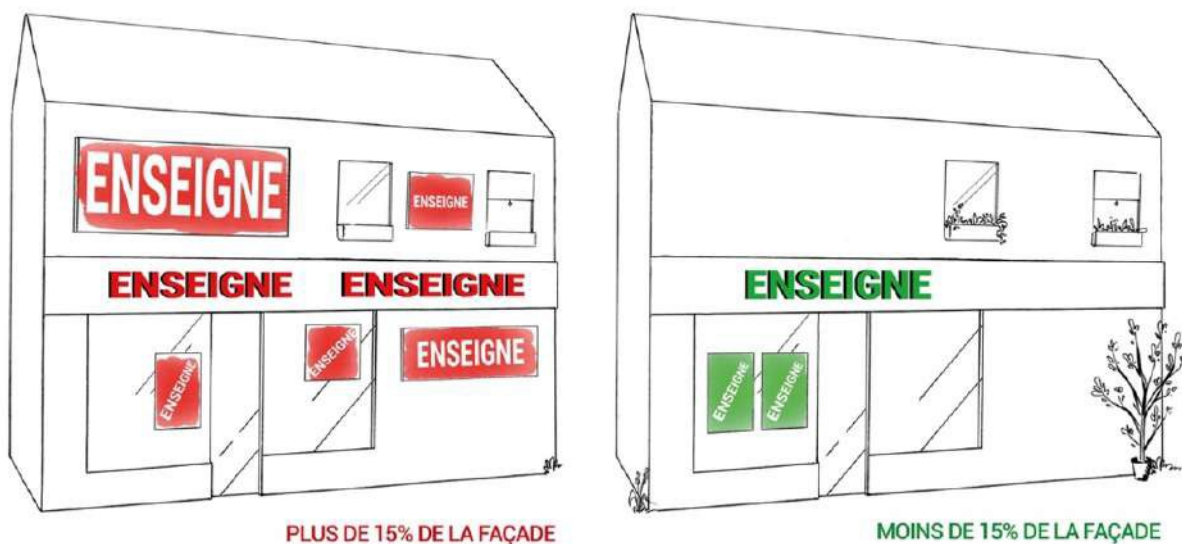
Par ailleurs, on peut aussi noter que quelques enseignes perpendiculaires sont situées à l'étage supérieur du lieu qu'elles occupent ce qui induit là encore des difficultés de lecture des paysages urbains et qui est en outre interdit par le RLP actuel.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans le centre historique. Le nombre d'enseignes, leur implantation, taille, saillie ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes. La mise en place d'actions pédagogiques accompagnant l'approbation et l'application du futur RLP participera également d'une meilleure insertion des enseignes sur le territoire communal.

d) La notion de surface cumulée sur une façade commerciale

Apparue dans le cadre de la « grenellisation » des règles applicables à la publicité extérieure, cette règle nationale permet de maîtriser la surface allouée aux enseignes vis-à-vis du format de la façade commerciale de l'activité. Ainsi, les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée excédant 15 % de la surface de cette façade⁴⁷. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².

Dans le cas de cette règle, les baies commerciales sont comprises dans le calcul de la surface de référence. Les publicités qui sont apposées dans les baies commerciales ainsi que les auvents et les marquises ne sont pas décomptées dans le calcul de la surface autorisée.



Cette règle est d'autant plus stricte pour les commerces à faible façade commerciale rencontrés notamment dans les centres historiques mais elle touche pourtant peu Roissy-en-France.

⁴⁷ Article R. 581-63 du Code de l'Environnement ; cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques



Exemple de façade saturée d'enseignes relevée à Roissy-en-France

e) Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la catégorie d'enseignes la plus répandue sur le territoire communal (45,4%).

Elles sont particulièrement présentes dans les secteurs d'activités périphériques hors Village où les unités foncières plus généreuses par rapport aux centralités urbaines permettent de les installer assez aisément.

Par leur implantation, leur format, leur hauteur ou encore leur nombre, elles participent activement à une saturation des paysages loin d'être négligeable sachant que ces caractéristiques pas toujours moindres se cumulent visuellement. Cet impact visuel particulièrement important est souvent du même ordre que les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol du fait de l'utilisation de même support (par exemple des panneaux dits « 4 par 3 »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités / pré-enseignes et enseignes.

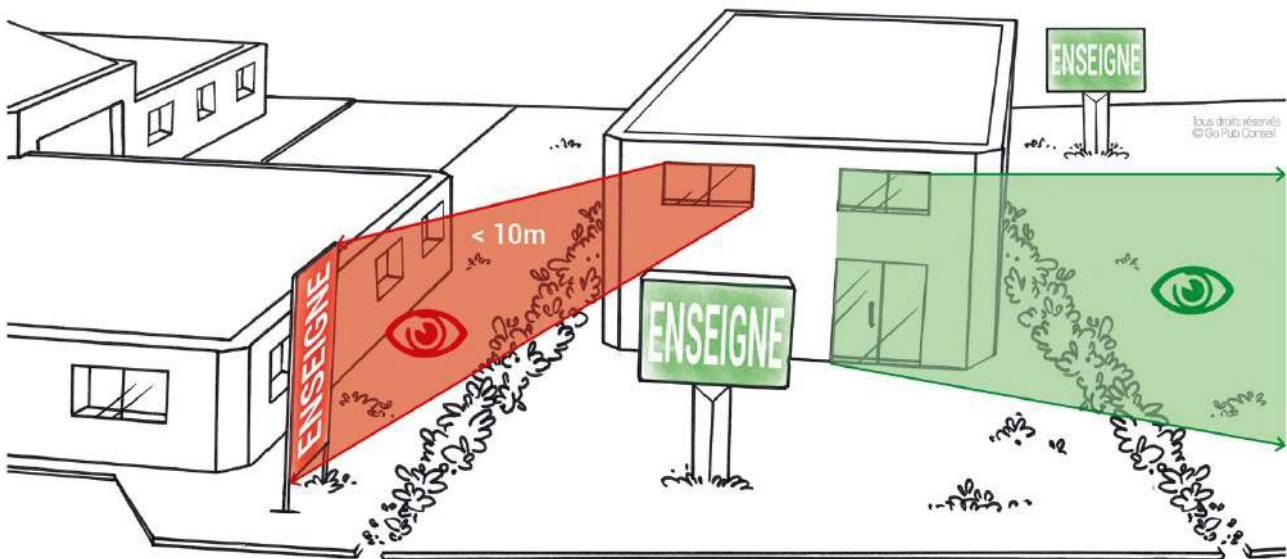
Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems, les chevalets ou encore les panneaux « 4 par 3 ».



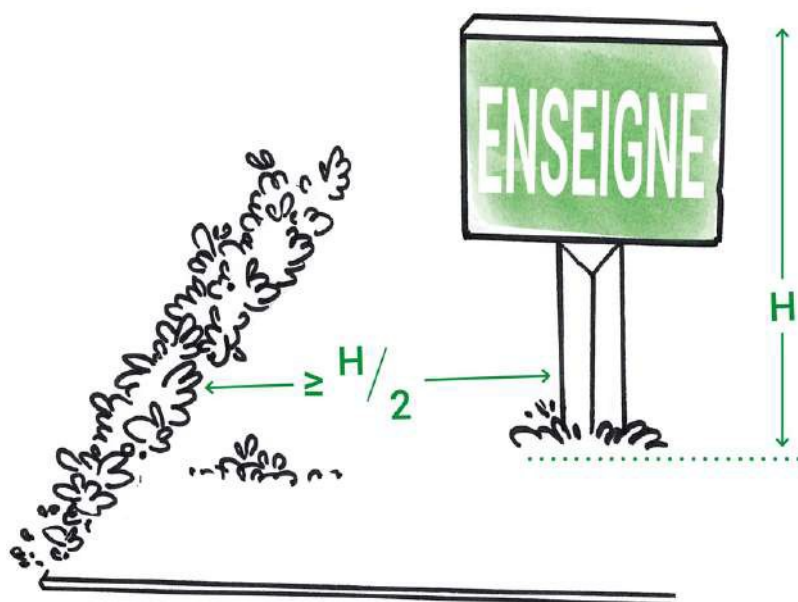
Exemples d'enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol à Roissy-en-France

Comme pour les publicités et pré-enseignes de même type, les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter certaines règles d'implantations.

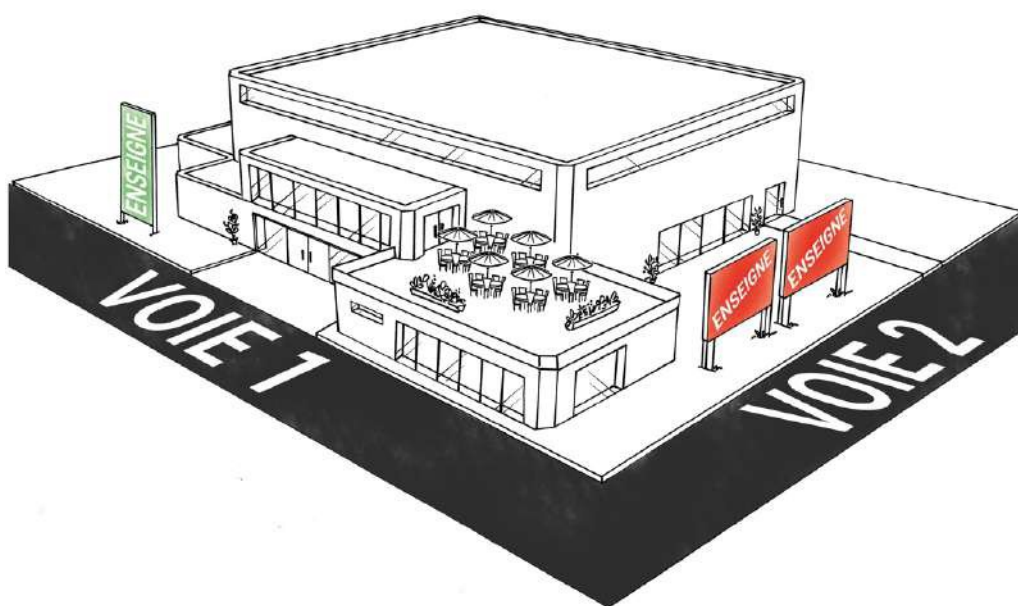
Ainsi, les enseignes de plus de 1m², scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne peuvent être placées à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble situé sur un fonds voisin lorsqu'elles se trouvent en avant du plan du mur contenant cette baie.



De plus ces enseignes ne doivent pas être implantées à une distance inférieure à la moitié de leur hauteur au-dessus du niveau du sol d'une limite séparative de propriété. Elles peuvent cependant être accolées dos à dos si elles signalent des activités s'exerçant sur deux fonds voisins et si elles sont de mêmes dimensions.



Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont également limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



Enfin la surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, soit le cas de Roissy-en-France.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

- 6,50 m de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large,
- 8 m de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large.

Sur le territoire roisséen, en termes de conformité aux règles nationales, on relève majoritairement des établissements ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol par voie bordant une activité donnée notamment au sein des deux zones hôtelières.

Autre problème paysager et réglementaire important pour ce type d'enseignes : leur format et notamment leur surface qui ne doit pas dépasser 6 m². Une part non négligeable de dispositifs est supérieure à cette mesure (au moins un quart du total des enseignes de ce type inventoriées) ce qui a un impact paysager plutôt important notamment dans les zones hôtelières et dans le Parc d'Affaires International Paris Nord 2 si on considère que ces surfaces se cumulent visuellement avec d'autres enseignes, similaires ou pas, présents sur la même unité foncière.

Par ailleurs, cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée par le Code de l'Environnement dès lors qu'elle mesure moins d'un mètre carré. Il y a donc un fort enjeu de réglementation locale sur ce point. Les observations de terrain montrent que les activités utilisent la plupart du temps une seule enseigne de ce type lorsqu'elles sont situées sur le domaine public (notamment les commerces et services de proximité en centre-ville, attention toutefois à la régularité de tels dispositifs qui nécessitent d'avoir une autorisation d'occupation du domaine public pour être installés et être qualifiés d'enseignes ; sinon il s'agira de publicités ou pré-enseignes puisque situées hors de l'unité foncière dédiée à l'activité signalée) alors qu'elles ont tendance à être redondantes lorsqu'elles sont placées sur une unité foncière privée (par exemple sur les parkings des établissements en zone d'activités commerciales).



Exemples d'enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol

L'ensemble de ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une réglementation locale en vue d'en réduire les nuisances visuelles. Il pourra s'agir notamment de limiter leurs dimensions (surface, hauteur, largeur) et/ou leur nombre.

Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales spécifiques aux enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune réglementation nationale.

En toute logique, l'information pédagogique et la sensibilisation des acteurs économiques de la commune suite à l'élaboration de ce RLP devrait également permettre d'améliorer la situation avec une mise en conformité progressive des enseignes en infraction.

f) Les enseignes sur clôture

Les enseignes sur clôture sont assez peu présentes sur le territoire roisséen puisqu'elles ne représentent que 6% du total des enseignes.

On les retrouve en particulier dans les zones hôtelières et se présentent toutes sous forme de bâches (ce qui n'est pas très durable comme outil de signalisation) ou de pancartes accrochées à des clôtures non aveugles, ce qui peut contribuer à un effet de pollution important des paysages par la fermeture de point de vue malgré des surfaces contenues (seules cinq enseignes recensées mesurent plus de 2 m²).

Cette catégorie d'enseignes n'est pas réglementée spécifiquement par le Code de l'Environnement. Il y a donc un fort enjeu local à fixer une limite en nombre et en surface sur cette catégorie d'enseignes voire à les proscrire a fortiori lorsqu'elles ne sont pas apposées sur un support aveugle dans un souci de parallélisme avec les publicités et pré-enseignes de caractéristiques similaires. Ainsi au même titre que les autres enseignes, la mise en place d'une réglementation spécifique dans le cadre du RLP permettra de mieux maîtriser l'insertion de ces enseignes dans leur environnement.



Exemples d'enseignes sur clôture recensées à Roissy-en-France

g) Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu constituent la catégorie d'enseignes la moins rencontrée sur le territoire communal. Elles sont réservées aux hôtels et l'inventaire n'en a comptabilisé que sept sur cinq établissements.

Tout comme les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, elles ont un impact visuel et donc paysager important puisque leurs caractéristiques propres les destinent à être vues de loin.

Le RLP actuel réglemente plutôt strictement ce type d'enseignes ce qui a permis d'encadrer correctement leur installation : pas de panneau de fond, lettres découpées, fixations non ou peu visibles, hauteur du lettrage contenu. On ne peut donc pas dire que ces enseignes posent un problème majeur à Roissy-en-France.

Pour autant une attention particulière doit être portée à cette catégorie de dispositifs afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. En outre ces enseignes peuvent également présenter un risque élevé du fait d'une importante prise au vent.



Exemples d'enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu à Roissy-en-France

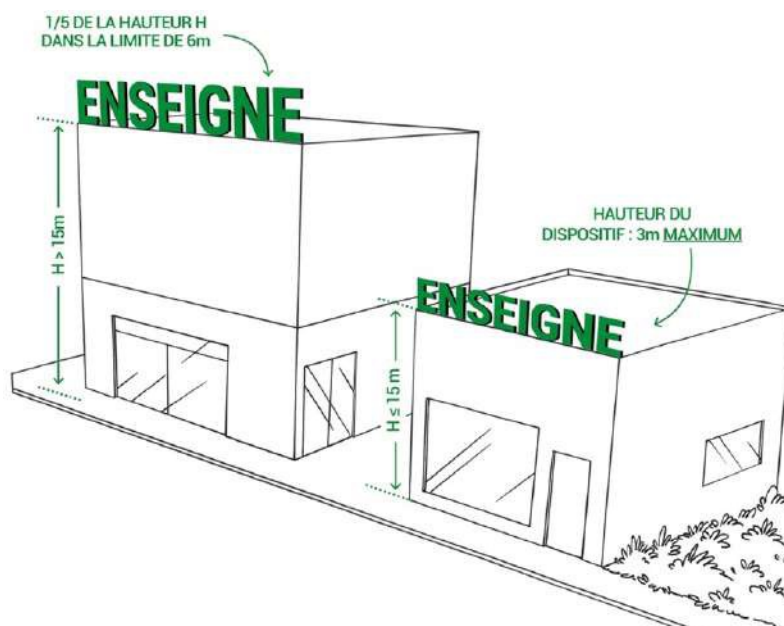
Du fait leur format et leurs caractéristiques d'implantation, ces enseignes sont soumises à des règles spécifiques.

Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

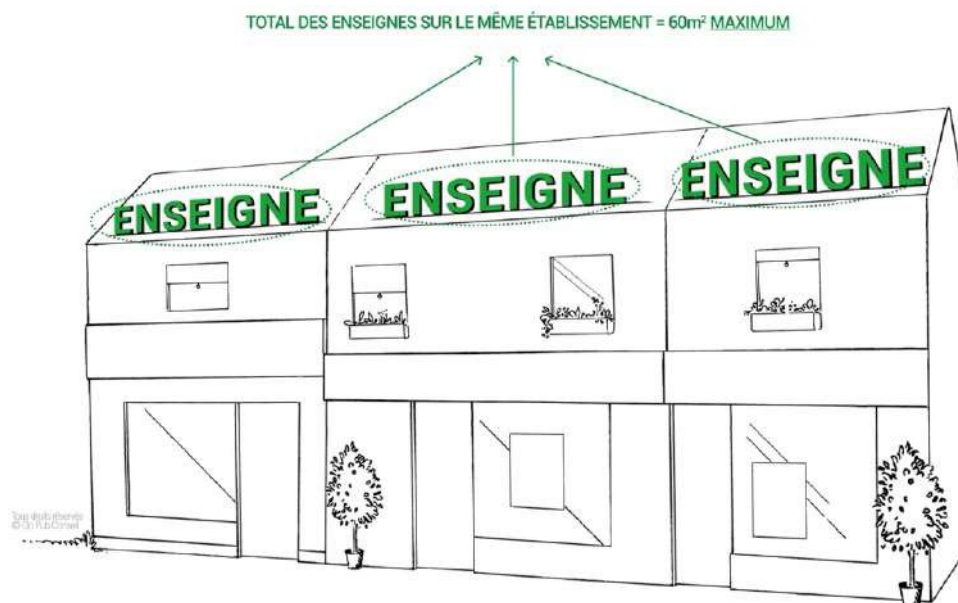
Dans le cas contraire, ces enseignes doivent être réalisées au moyen de lettres ou de signes découpés dissimulant leur fixation et sans panneaux de fond autres que ceux nécessaires à la dissimulation des supports de base. Ces panneaux ne peuvent pas dépasser 50 centimètres de haut.

Hauteur maximale des publicités sur toiture

Hauteur de la façade \leq 15 m	3 m
Hauteur de la façade $>$ 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



De plus, la surface cumulée des enseignes sur toiture d'un même établissement⁴⁸ est inférieure ou égale à 60 m². Cette disposition est applicable aux enseignes temporaires sur toiture ou terrasse en tenant lieu.



Afin de limiter l'impact de ce type d'enseignes, le futur RLP pourra par exemple proposer de reconduire la réduction de leur format et de leur nombre voire les interdire sur tout ou partie du territoire.

⁴⁸ Cette règle ne s'applique pas aux établissements de spectacles vivants, cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques.

h) Les enseignes lumineuses

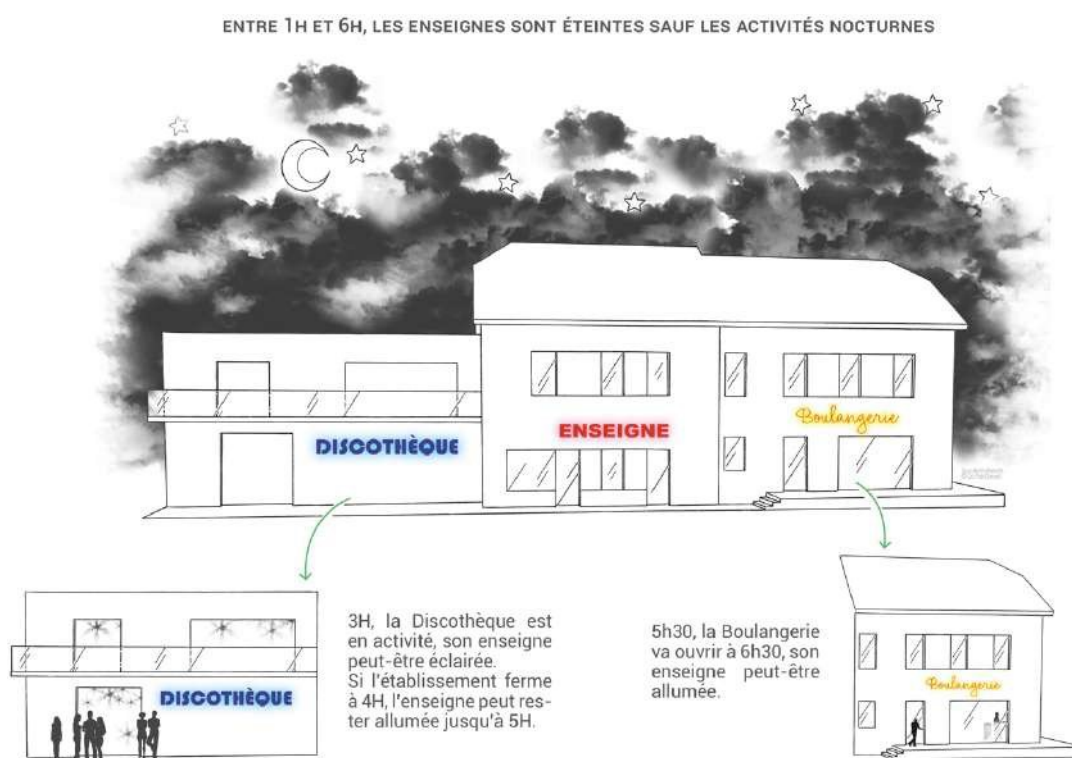
Ces enseignes ont un impact équivalent aux publicités et pré-enseignes de même type.

Une enseigne lumineuse est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Ces enseignes satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁴⁹.

Elles sont éteintes⁵⁰ entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité.

Les enseignes clignotantes sont interdites, à l'exception des enseignes de pharmacie ou de tout autre service d'urgence.



Les différentes catégories d'enseignes présentées ci-dessus peuvent être lumineuses et le recensement effectué a permis de les caractériser : non lumineuses, en lettres découpées néons ou LED, rétroéclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, ...

27 enseignes concernant 22 activités présentent un caractère lumineux sur le territoire roisséen soit à peine 15% du total des enseignes.

⁴⁹ Arrêté non publié à ce jour

⁵⁰ L'article R. 581-59 du Code de l'Environnement prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral.



Exemples d'enseignes lumineuses identifiées à Roissy-en-France

Les éclairages les plus utilisés sont les spots et les rames éclairées pour l'éclairage par projection et les caissons lumineux pour l'éclairage par transparence alors que les seules enseignes numériques inventoriées sont au niveau des pharmacies.

Les enseignes numériques constituent une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elles peuvent être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

A Roissy-en-France, dévolu aux pharmacies signalant leur ouverture et affichant notamment date, heure et température extérieure, ce type d'enseigne a un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement.

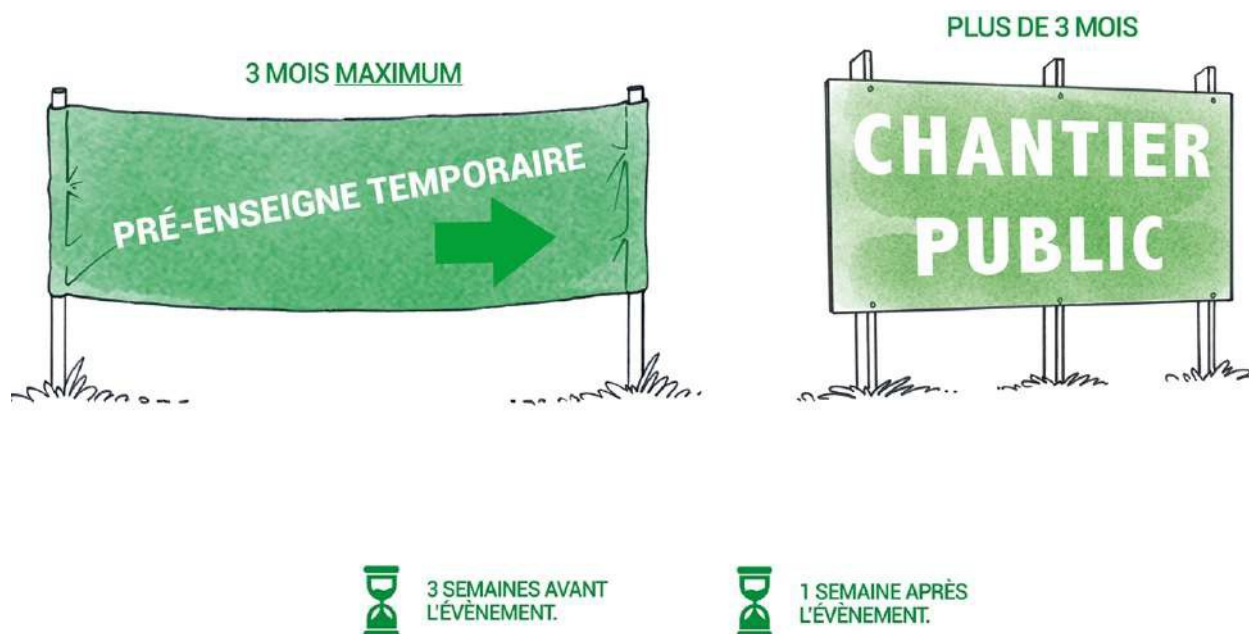
Globalement, le principal problème paysager posé par les enseignes lumineuses est lié à leur extinction nocturne qui n'est pas souvent respectée. Il conviendra donc de s'appuyer sur la procédure de révision de RLP afin d'informer les acteurs économiques de leur obligation en la matière de manière à limiter la pollution lumineuse ainsi engendrée.

i) Les enseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes temporaires :

- les enseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;
- les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Elles peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.



Les enseignes temporaires sont soumises « partiellement⁵¹ » à la réglementation des enseignes « permanentes » présentée précédemment, notamment :

- les enseignes temporaires doivent être maintenues en bon état de propreté, d'entretien et, le cas échéant, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- les enseignes temporaires lumineuses sont éteintes⁵² entre 1 heure et 6 heures, lorsque l'activité signalée a cessé. Lorsqu'une activité cesse ou commence entre minuit et 7 heures du matin, les enseignes temporaires sont éteintes au plus tard une heure après la cessation d'activité de l'établissement et peuvent être allumées une heure avant la reprise de cette activité. Les enseignes temporaires lumineuses satisfont à des normes techniques fixées par arrêté ministériel⁵³.

⁵¹ Cf. règles du Code de l'Environnement applicables sur le territoire en matière de publicité extérieure explicitées dans le présent rapport

⁵² Il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral.

⁵³ Arrêté non publié à ce jour

Enfin, en fonction de leur typologie, les enseignes temporaires doivent respecter les règles suivantes :

- *pour les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur :*
 - saillie ≤ 25 centimètres ;
 - ne doit pas dépasser les limites du mur support ;
 - ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit ;
- *pour les enseignes temporaires perpendiculaires au mur :*
 - ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support ;
 - saillie $\leq 1/10^{\text{ème}}$ de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 mètres ;
- *pour les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu :*
 - surface totale $\leq 60\text{m}^2$
- *pour les enseignes temporaires de plus de 1m^2 , scellées au sol ou installées directement sur le sol :*
 - une seule enseigne placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'activité ;
 - règles du H/2 et des 10 m des baies voisines ;
 - surface $\leq 6\text{m}^2$.





Exemples d'enseignes temporaires inventoriées à Roissy-en-France

Sur le territoire de Roissy-en-France ces enseignes temporaires se présentent la plupart du temps sous forme d'enseignes apposées sur une clôture ou un mur non aveugle et parfois scellées au sol pour des opérations immobilières (viabilisation / aménagement / commercialisation de terrains à bâtir et de locaux d'activités à vendre ou à louer) ou des opérations commerciales ponctuelles ainsi que la signalisation de manifestations locales de la collectivité comme des associations (cf. photos ci-dessus). Elles peuvent être de grand format et ainsi avoir un fort impact sur le paysage.

Le futur RLP pourra mettre en place des règles locales pour limiter l'impact paysager de ces dispositifs sur le territoire mais aussi économique de sorte qu'aucun établissement n'ait la tentation de multiplier les enseignes temporaires pour bénéficier de droits qu'il n'aurait pas s'il s'agissait d'enseignes permanentes.

Objectifs et orientations de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Dans sa délibération de prescription en date du 28 mai 2018, la commune de Roissy-en-France s'est donnée les objectifs suivants :

- Organiser et contrôler la présence et l'installation de dispositifs publicitaires afin de contribuer à donner une image qualitative de la commune notamment au regard de son classement en station de tourisme obtenu par décret du 26 avril 2016 ;
- Réglementer la publicité, les pré-enseignes et les enseignes pouvant être implantées sur le territoire communal notamment dans le village et ses abords ;
- Continuer à valoriser et veiller à veiller à la qualité du cadre de vie au sein du village et ses abords en maîtrisant l'affichage réglementaire.

2. Les enjeux

Le diagnostic territorial a ensuite permis de mettre en évidence les enjeux suivants :

- Préserver des espaces où la publicité extérieure est peu présente (le Village notamment) afin de conserver la qualité du cadre de vie des roisséens ;
- Maîtriser la pression publicitaire aux abords des entrées de ville et des zones d'activités économiques tout en permettant aux professionnels de se signaler efficacement ;
- Conforter la place du mobilier urbain publicitaire dans le paysage de la commune ;
- Restreindre la densité des enseignes en façades ;
- Encadrer l'impact des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ainsi que celle des enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sur le paysage ;
- Réglementer l'implantation des dispositifs lumineux et notamment numériques ;
- Veiller à la bonne intégration des enseignes temporaires et enseignes sur clôture.

3. Les orientations

Pour atteindre ses objectifs et répondre aux enjeux mis en lumière par le diagnostic territorial, la commune s'est donné les orientations suivantes :

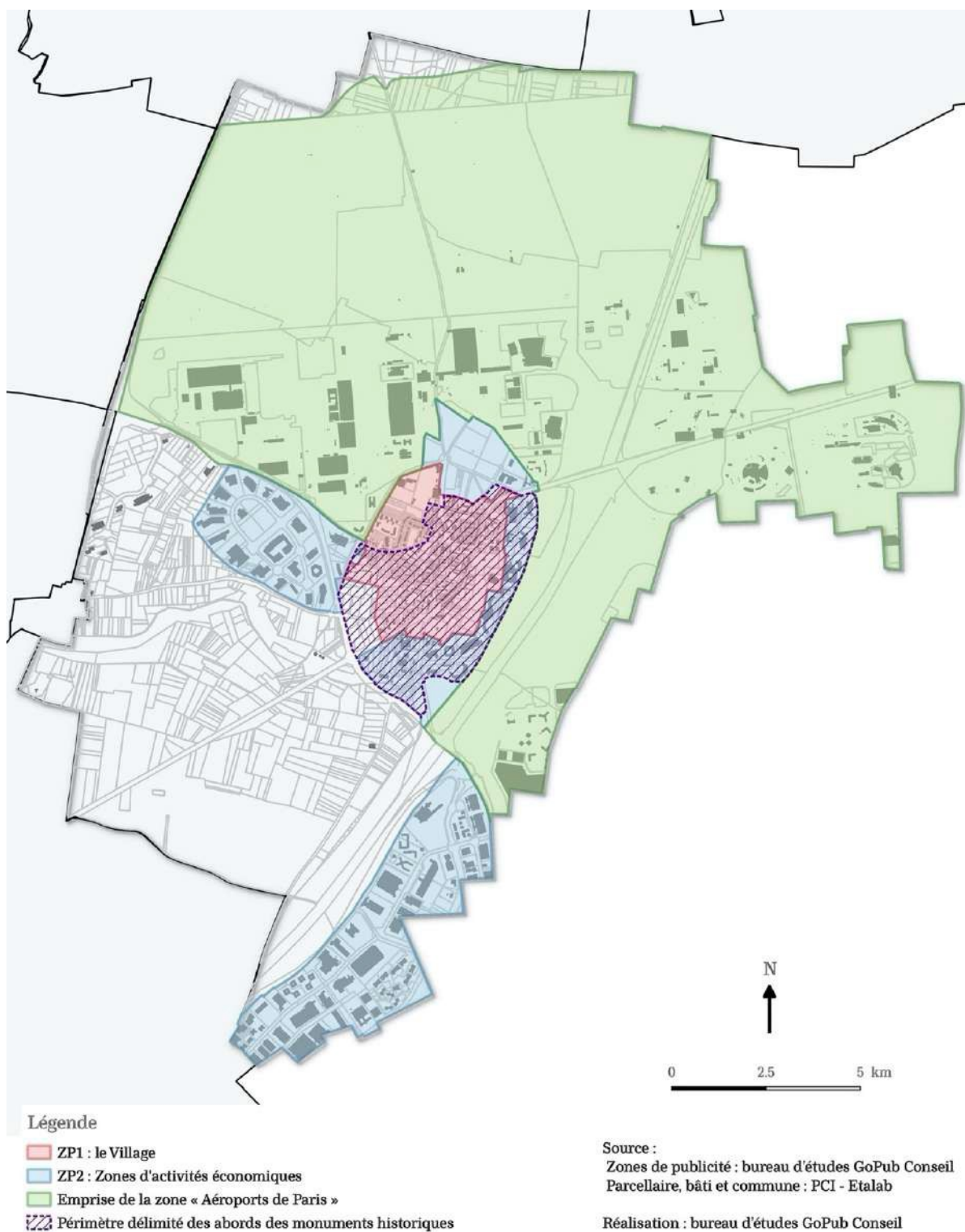
- Orientation 1 : Encadrer l'implantation des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol qui peuvent avoir un impact important sur le paysage ;
- Orientation 2 : Restreindre les possibilités d'affichage publicitaire sur mur ou clôture ;
- Orientation 3 : Réglementer l'implantation de dispositifs lumineux en particulier numériques et renforcer leur plage d'extinction nocturne ;
- Orientation 4 : Limiter l'installation d'enseignes perpendiculaires ;
- Orientation 5 : Rendre cohérente la réglementation applicable aux enseignes permanentes et temporaires ;
- Orientation 6 : Conforter les règles applicables à la publicité accessoire supportée par le mobilier urbain pour maintenir la qualité des paysages ;

- Orientation 7 : Maintenir l'interdiction relative de publicité dans le périmètre délimité des abords des monuments historiques afin de ne pas réintroduire de la publicité dans une zone qui ne devrait pas en contenir (excepté pour le mobilier urbain).

Justification des choix retenus

1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes

En matière de publicités et pré-enseignes, compte tenu de l'hétérogénéité du tissu urbain roisséen et du fait publicitaire en son sein, la collectivité a fait le choix de définir deux zones de publicité en sus de l'emprise aéroportuaire « ADP » pour couvrir l'ensemble de sa zone agglomérée.



Plan de zonage du RLP de la commune de Roissy-en-France

Pour tenir compte de son contexte local, la commune a souhaité que le secteur central dit du Village (ZP1, secteur englobant majoritairement des habitations, commerces et services de proximité et équipements constitutifs de la vie locale du « Village ») soit vierge de toute publicité, exceptée celle apposée à titre accessoire sur le mobilier urbain qui fait l'objet d'une convention en règlementant le nombre, l'implantation et les caractéristiques techniques.

En outre, sur la totalité de l'emprise aéroportuaire d'ADP, au regard des enjeux économiques nationaux, il est apparu qu'il était plus opportun de se limiter au respect des règles nationales du Code de l'Environnement qui encadrent déjà bien la publicité extérieure (publicités, pré-enseignes et enseignes) sur ce type d'espace. S'il est vrai qu'en l'absence de prescriptions locales dans cette emprise d'intérêt national, elle n'a pas obligatoirement à être identifiée par le RLP, il a semblé utile pour une meilleure information de l'ensemble des acteurs locaux (usagers, professionnels, institutions, ...) et une meilleure lisibilité globale qu'elle soit matérialisée sur le zonage du RLP.

La commune a donc souhaité faire le choix de la plus grande transparence et le mettre en évidence malgré l'absence d'obligation de pointer les secteurs sur lesquels la collectivité n'établit pas de prescriptions locales. Bien consciente des énormes enjeux économiques locaux, nationaux et internationaux sur cette emprise qui la dépassent très largement, la commune de Roissy-en-France (qui n'est par ailleurs qu'une des communes où s'implantent les infrastructures aéroportuaires, l'aéroport de Paris-Charles-de-Gaulle s'étendant sur pas moins de trois départements et six villes) n'a pas souhaité contraindre le développement de cet espace sachant que le Code de l'Environnement donne déjà un cadre explicite sur ce type de secteur et que rien n'oblige la collectivité à restreindre plus les possibilités publicitaires que le cadre national légal déjà applicable à tous. Il s'agit également de garantir aux acteurs économiques du secteur la stabilité des règles qui leur sont applicables, étant entendu que le cadre national qui demeurera applicable n'est pas du ressort de la commune. En outre, il faut également préciser que le secteur aéroportuaire est physiquement distinct et séparé du « Village », notamment par l'autoroute A1 dans sa majeure partie, et de ce fait les éventuelles problématiques apportées par son attractivité économique sont circonscrites à sa propre emprise.

Sur la seconde zone envisagée par ce nouveau document local, la ZP2 dévolue aux zones d'activités économiques de grande ampleur situées en périphérie du Village (zones hôtelières, Parc d'Affaires International Paris Nord 2, Parc du Moulin, ...), la commune a choisi de renforcer les règles nationales sur les caractéristiques techniques des dispositifs (hauteurs, surfaces, densité et luminosité).

Ainsi la publicité, qu'elle soit apposée sur mur ou clôture aveugle⁵⁴, scellée au sol ou installée directement sur le sol, sera limitée en surface à 4 m², en hauteur à 6 mètres et en nombre à un support par unité foncière quelle que soit sa longueur de côté bordant une voie ouverte à la circulation publique afin d'encadrer strictement l'impact paysager de ce type d'affichage.

Le principal objectif de cette règle est d'empêcher une saturation publicitaire le long des axes de circulation structurant, aux carrefours névralgiques et aux entrées des zones d'activités économiques roisséennes.

La publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu⁵⁵ et sur les bâches est quant à elle proscrite eu égard à son absence actuelle sur le territoire et au fort impact paysager prévisible qu'elle pourrait engendrer si elle venait à être autorisée.

⁵⁴ Les publicités et pré-enseignes sont déjà interdites par le Code de l'Environnement sur les clôtures non aveugles

⁵⁵ Si elles sont lumineuses (le Code de l'Environnement les interdit déjà si elles sont non lumineuses)



Pour la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain, la commune a souhaité restreindre là aussi les possibilités offertes par le Code de l'Environnement pour encadrer les différents dispositifs afin d'éviter de grands formats. Ainsi le mobilier d'informations locales sera limité à 6 mètres au-dessus du niveau du sol et 2 m² de surface au lieu de 12 m² afin de conserver la compacité observée aujourd'hui.

Par ailleurs, en agglomération, il sera dérogé aux interdictions relatives de publicité au sein du périmètre délimité des abords des monuments historiques pour ce type particulier de dispositifs afin de permettre la pérennité des quelques affichages déjà présents à Roissy-en-France.

Ce traitement distinct des autres types de publicité s'explique par la fonction remplie par le mobilier urbain (service public rendu aux habitants du territoire) et le besoin pour la collectivité de disposer de mobiliers lui permettant de diffuser tout type d'informations locales non commerciales à ses habitants et usagers : plans de la ville, affichages d'évènements et manifestations à caractère culturel et associatif, communication municipale d'intérêt général (par exemple informations liées aux élections, au recensement, au stationnement en ville, à des évènements exceptionnels type crise sanitaire ou problème routier, ...) à disposition de la population locale et touristique.

Les publicités et pré-enseignes lumineuses répondront aux mêmes contraintes de surface, de hauteur et de densité que les dispositifs non lumineux.

Conformément à la réglementation nationale⁵⁶, l'ensemble des publicités et pré-enseignes lumineuses, y compris celles supportées à titre accessoire par le mobilier urbain, est soumise à la plage d'extinction nocturne.

Cette règle sera renforcée localement avec une obligation d'extinction entre 22 heures et 6 heures afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différents dispositifs, y compris pour les publicités supportées par le mobilier urbain.

2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, la commune a également fait le choix d'une harmonisation cohérentes des règles sur l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération avec trois zones d'enseignes correspondant aux zones de publicité.

Pour éviter des implantations peu qualitatives et donc dommageables en matière de paysage et renforcer leur absence ou quasi-absence, les enseignes⁵⁷ seront interdites sur :

- les arbres ;
- les auvents ou marquises ;
- les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les clôtures non aveugles.

Les enseignes parallèles ne seront pas plus contraintes localement que ce qu'autorise la réglementation nationale considérant qu'elles ne posent pas de problème paysager majeur à Roissy-en-France. Il est simplement rappelé qu'elles ne peuvent être implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage, lorsque l'activité se situe en rez-de-chaussée.

⁵⁶ « Dans les unités urbaines de plus de 800 000 habitants, les obligations et modalités d'extinction sont prévues par le règlement local de publicité selon les zones qu'il identifie. » (Article R. 581-35 du Code de l'Environnement)

⁵⁷ Y compris temporaires

Les enseignes perpendiculaires sont plutôt de taille modeste et présentes essentiellement dans le centre-ville commerçant et de services. Elles seront limitées en nombre à deux par façade d'un même établissement. En outre, elles ne pourront excéder 1 mètre de hauteur, ni constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique et dans tous les cas, cette saillie ne pourra excéder 80 centimètres. Cela évitera de futures implantations impactantes pour le paysage car surdimensionnées, peu qualitatives ou trop nombreuses.

D'autre part, il est rappelé que les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de plus d'un mètre carré sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée (règle nationale). En outre elles ne pourront avoir une surface excédant 4 m² en ZP1 et 6 m² en ZP2, ni s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol en ZP1 (6 mètres en ZP2) ou avoir une largeur supérieure à 1 mètre en ZP1 (renforcement de la règle nationale). La mise en conformité des enseignes existantes ainsi que ces restrictions permettront de renforcer la lisibilité et la cohérence paysagère sur la commune. Elles impacteront les enseignes peu intégrées au paysage par leurs dimensions importantes et leur redondance.

Aucune règle nationale n'existe sur les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol. Afin d'en limiter l'impact sur le paysage, la commune a choisi d'en limiter le nombre à deux placées le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Par ailleurs, ce type d'enseigne ne pourra s'élever à plus de 1,50 mètre au-dessus du niveau du sol afin de ne pas fermer des perspectives paysagères de qualité, ni gêner la circulation piétonne.

Les enseignes sur clôture comme sur toiture sont interdites en ZP1.

En revanche elles seront autorisées mais contraintes en ZP2. Pour celles sur clôture leur nombre est limitée à une seule par voie ouverte à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée et une surface de 4 m². Pour celles sur toiture on rappelle qu'elles ne peuvent être constituées de lettres ou de signes découpés dissimulant leurs fixations et implantées au plus près de l'acrotère ou du plan de toiture (rappel du cadre national) et elles limitées à une par façade sur rue avec un maximum de deux enseignes sur toiture par activité et une hauteur de 2 mètres.

Les enseignes lumineuses devront être éteintes entre 22 heures et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé (contre 1 heure - 6 heures dans le Code de l'Environnement). Comme pour les publicités et pré-enseignes lumineuses, ce renforcement des obligations d'extinction a pour but les économies d'énergie et la limitation de la pollution lumineuse.

Dans le même but, les enseignes numériques seront limitées à une seule par activité avec une surface ne pouvant dépasser 2 m² en ZP1 et 4 m² en ZP2 et lorsque plusieurs activités s'exercent sur une même unité foncière, leurs enseignes numériques devront être regroupées sur un même support.

Enfin, dans souci d'harmonisation globale, l'ensemble des enseignes temporaires seront encadrées localement et soumises aux mêmes interdictions que les enseignes « permanentes » et les enseignes hors agglomération (notamment dues aux futurs développements urbains de cette commune dynamique) respecteront les règles de la ZP2 dévolue aux activités de grande ampleur. Cela permettra dans le même temps de limiter leur impact même temporaire sur le paysage et le cadre de vie des roisséens.

Annexe : Tableau des abréviations utilisées

ABF	Architecte des Bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan Local d'Urbanisme
RIS	Relais Information Service
RLP	Règlement Local de Publicité
RLPi	Règlement Local de Publicité intercommunal
RNP	Règlement National de Publicité
SIL	Signalisation d'Information Locale
UDAP	Unités Départementales de l'Architecture et du Patrimoine
ZE	Zone d'enseigne
ZP	Zone de publicité