

# Règlement Local de Publicité intercommunal (RLPi)

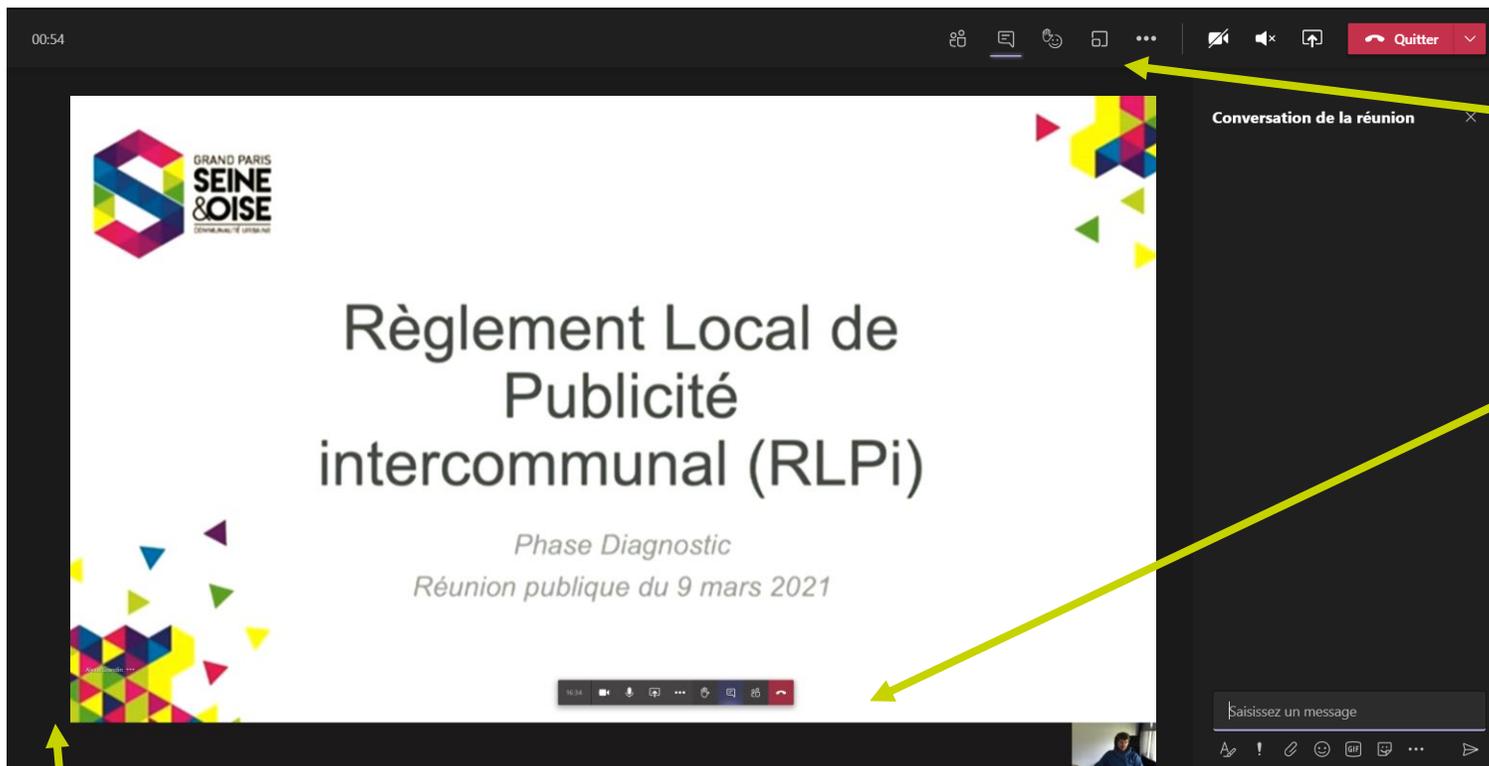
*Phase Diagnostic*

*Réunion publique du 9 mars 2021*

# Une rencontre à distance

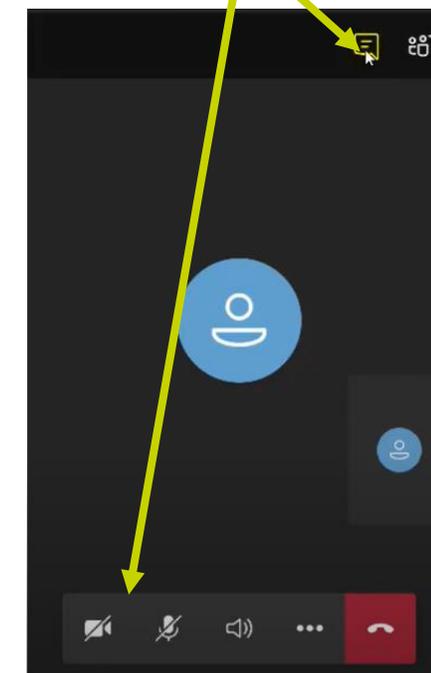


# Bienvenue sur Teams !

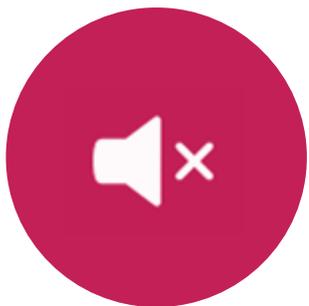


*Pour ajuster la taille de l'écran*

*Pour allumer le micro, lever la main et déployer la conversation.*



# Quelques règles à observer...



**Micro coupé pour  
permettre à tous une  
écoute de qualité**

**Recueil des  
contributions par  
l'outil Conversation**



**Possibilité de lever  
la main et de  
prendre la parole  
lors des échanges**

*Cette réunion publique est enregistrée et pourra être rediffusée ultérieurement*

# Programme

---

- ▶ Introduction
- ▶ Le RLPi, pour quoi faire ?
- ▶ Sondage : comment percevez-vous la publicité sur le territoire ?
- ▶ Le diagnostic, une photographie du territoire
- ▶ Les pistes de travail identifiées
- ▶ Échanges
- ▶ La concertation
- ▶ En conclusion

# Présentation des intervenantes

---

- ▶ **Suzanne Jaunet**, GPS&O, Vice-présidente déléguée aux relations aux communes et à la ruralité
- ▶ **Fabienne Devèze**, GPS&O, Vice-présidente déléguée au développement économique
- ▶ **Claire Chateauzel**, GPS&O, Chef de projet RLPi
- ▶ **Marie-Angèle Lambert**, GPS&O, Chef de projet concertation
- ▶ **Alice Lutton**, Vue commune, Assistant à maîtrise d'ouvrage RLPi

# Introduction



# 3 questions à...

---

## Suzanne Jaunet

Vice-présidente de Grand Paris Seine & Oise  
déléguée aux relations aux communes et à la ruralité

# Le RLPi, pour quoi faire ?



# Un document cadre pour harmoniser la publicité

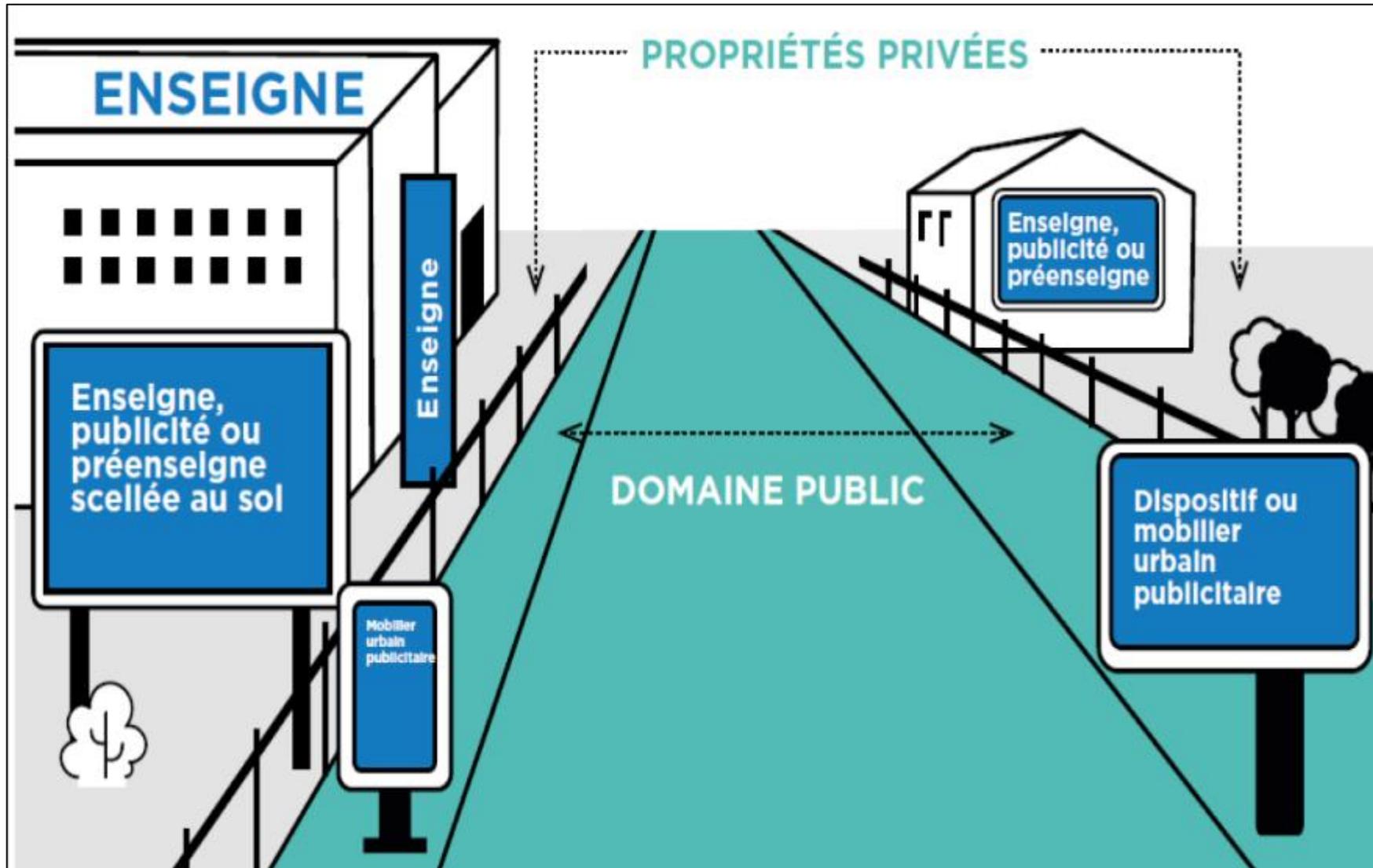
- ▶ **Le RLPi établit des règles** pour encadrer les supports d'affichage publicitaire sur le territoire.
- ▶ **Des dispositions nationales du code l'environnement** régissent les supports d'affichage publicitaires, dans l'objectif de préserver le paysage et le cadre de vie.
- ▶ Le règlement local, quant à lui, permet **d'adapter au mieux ces dispositions aux spécificités du territoire concerné.**
- ▶ GPS&O a ainsi lancé l'élaboration de son premier règlement local de publicité intercommunale (RLPi) qui **s'appliquera harmonieusement sur le territoire des 73 communes.**

# Quels objectifs poursuivis ?

- ▶ **Renforcer l'attractivité** et le dynamisme des activités commerciales et de services en privilégiant des dispositifs publicitaires de qualité et harmonisés sur tout le territoire
- ▶ **Améliorer l'efficacité des installations** sur le principe du « moins mais mieux »
- ▶ **Lutter contre la pollution visuelle et préserver** ainsi le patrimoine naturel et bâti en garantissant l'intégration des affichages dans l'environnement

**Protéger le cadre de vie et les paysages tout en assurant un équilibre avec le droit à l'expression et à la diffusion d'informations et d'idées.**

# Réglementer l'affichage extérieur



# Le RLPi concerne donc...

**ENSEIGNE** : apposée sur un immeuble en lien avec l'activité qui s'y exerce



**PRE-ENSEIGNE** : indique la proximité d'un immeuble, où s'exerce une activité



**PUBLICITE** : destinée à informer le public ou attirer son attention



Mêmes règles

# Mais ne concerne pas :



Les journaux électroniques d'information



Les dispositifs à l'intérieur de locaux



Les mobiliers informatifs, signalétiques, sans contenu publicitaire



# Enfin, le RLPi permet de...

## ▶ Principalement

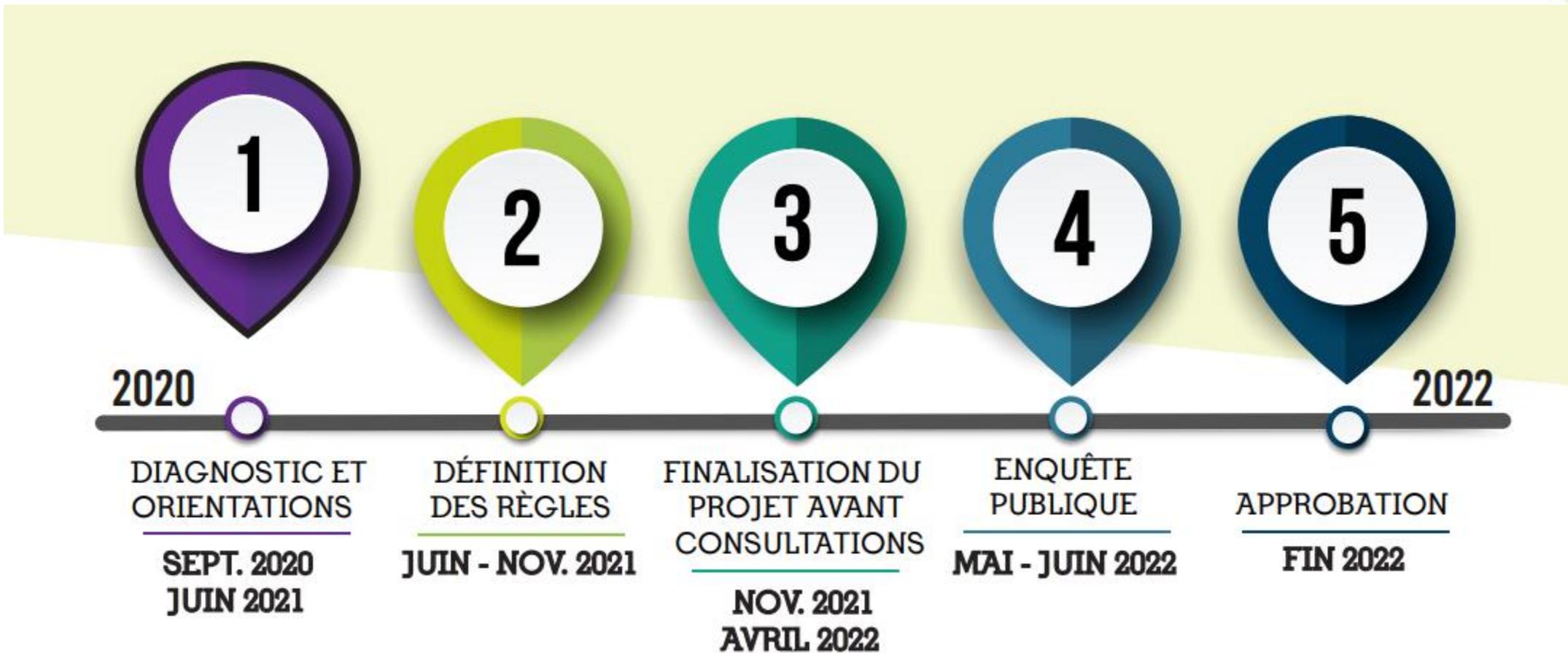
- ▶ Restreindre les possibilités d'installations publicitaires résultant des règles nationales

## ▶ Éventuellement

- ▶ Déroger à l'interdiction de publicité dans certains lieux (ex: abords des monuments historiques, Sites Patrimoniaux Remarquables de Mantes-la-Jolie et Andrésy)
- ▶ Restreindre les conditions d'installation des enseignes

- **Il délimite des zones de publicité** : à l'intérieur de chaque zone, des règles plus ou moins restrictives à l'installation de publicité s'appliqueront.
- **Le RLPi ne pourra pas aboutir à une interdiction générale de publicité** (respect du principe de liberté d'expression, dont bénéficie la publicité).

# Les phases de la procédure d'élaboration



# Le diagnostic, une photographie du territoire



# Le diagnostic, une photographie du territoire

---

- ▶ Le diagnostic publicitaire est **un état des lieux** de la présence de la publicité.
- ▶ Il permet de **recenser le nombre** de dispositifs, leurs formats, leurs emplacements, leurs impacts qualitatifs sur le cadre de vie...
- ▶ Cette étape a été réalisée en **décembre 2020**.

# Quelles publicités et préenseignes sur le territoire?



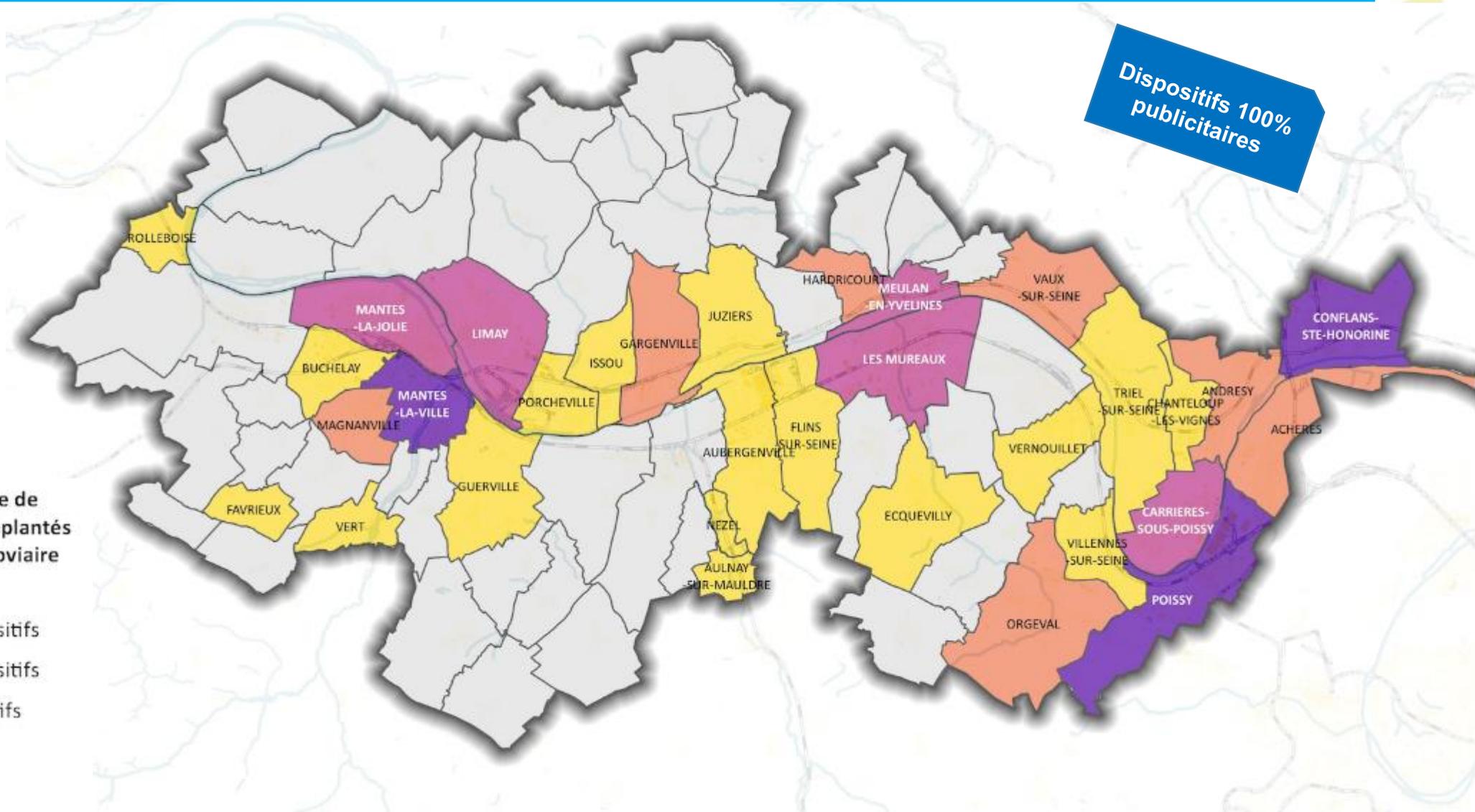
# Plus de 500 dispositifs, sur 32 communes



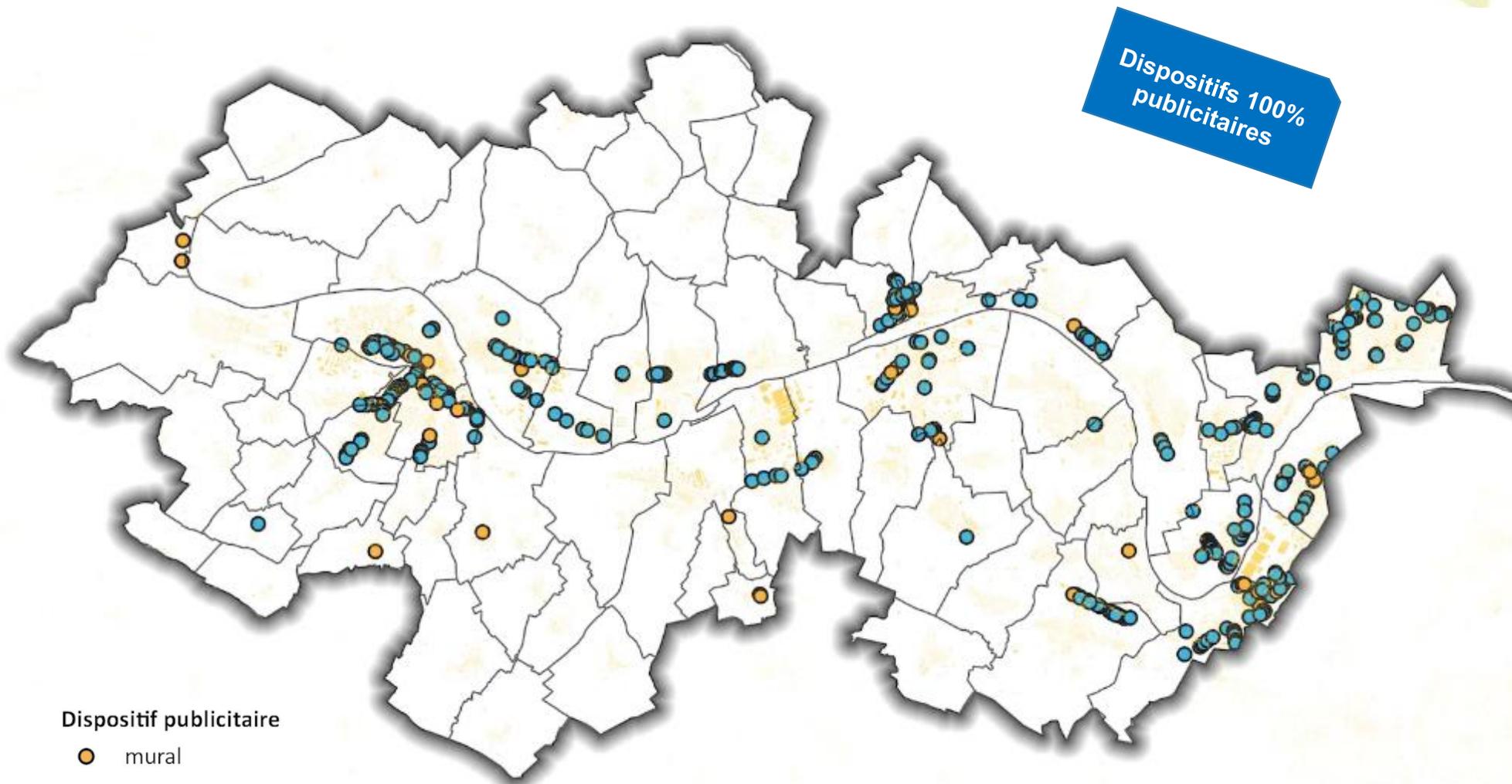
Dispositifs 100% publicitaires

Commune selon le nombre de dispositifs publicitaires implantés sur domaine privé ou ferroviaire

- > 50 dispositifs
- entre 20 et 50 dispositifs
- entre 10 et 20 dispositifs
- moins de 10 dispositifs
- aucun dispositif



# 90% de dispositifs au sol et de grand format



## Dispositif publicitaire

- mural
- scellé au sol

# Sur le domaine public

De la publicité est relevée sur des abris bus et des mobiliers d'information.

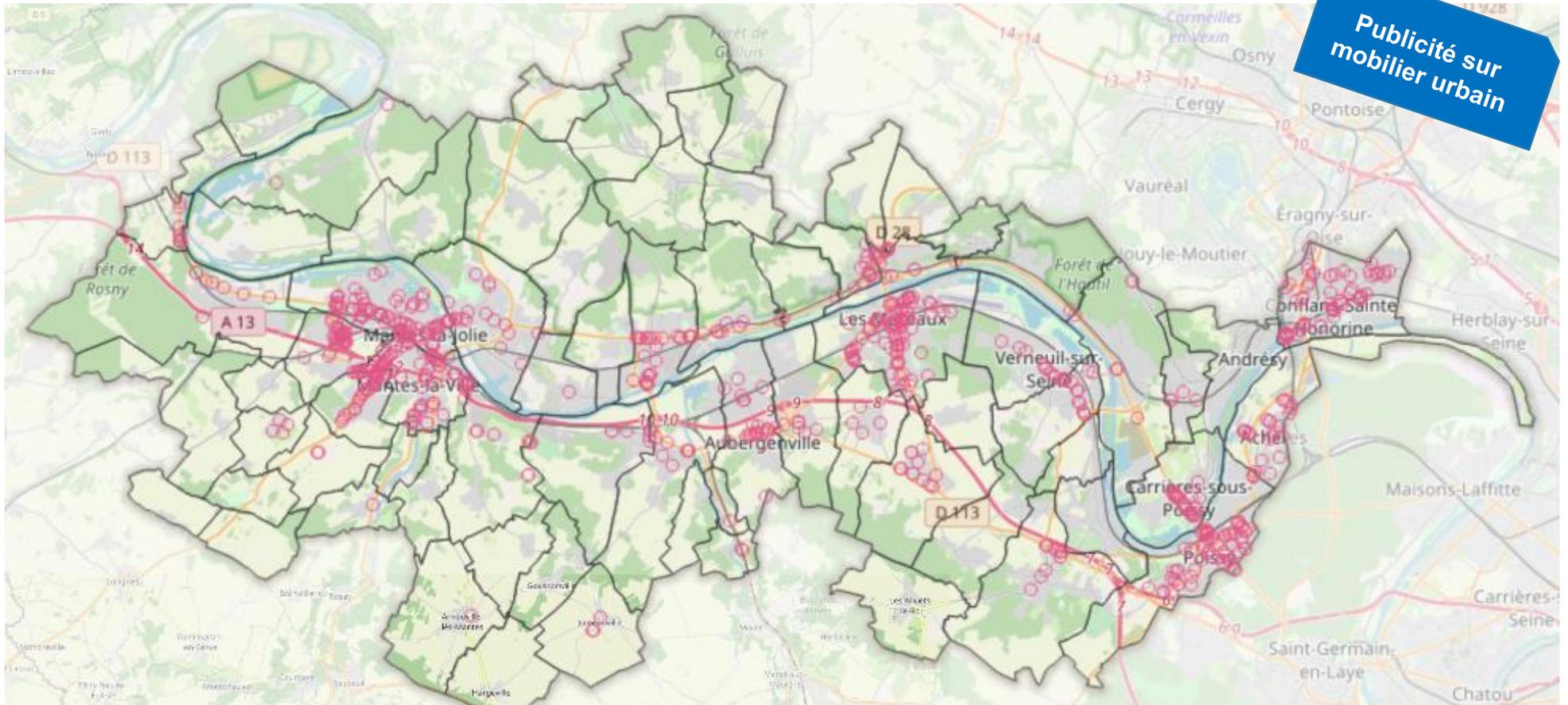
Ils assurent avant tout **une mission de service public** : abriter les voyageurs, informer la population...et sont « accessoirement » publicitaires.



Abris bus



Mobilier d'information :  
une face publicitaire (en photo),  
l'autre face dédiée à l'information générale



## Sur le domaine privé

- ▶ Le territoire est peu investi par la publicité :
  - ▶ plus de 40 communes sont dénuées de toute publicité
  - ▶ dans 17 autres communes, le nombre de dispositifs est inférieur à 10.
- ▶ Pour autant, certains secteurs sont moins préservés :
  - ▶ axes routiers les plus empruntés,
  - ▶ croisements avec la voie ferrée,
  - ▶ en proximité des grandes zones commerciales.

## Sur le domaine public

Les publicités sur mobilier urbain sont plus nombreuses que les dispositifs publicitaires sur domaine privé.

Elles concernent d'abord les secteurs d'habitat et les lieux plus sensibles du point de vue paysager.

# Quelles enseignes sur le territoire?



# Les enseignes « traditionnelles »

Elles correspondent à des commerces généralement exercés en rez-de-chaussée (plus rarement en étages, exemple des hôtels), situés dans les centres-villes et les secteurs résidentiels.

**Elles sont relativement bien intégrées :**  
couleurs sobres, caissons de faible épaisseur ou en lettres découpées, mode d'éclairage discret...



**Les enseignes situées dans les abords des monuments historiques et en Site Patrimonial Remarquable sont particulièrement qualitatives (avis de l'Architecte des Bâtiments de France requis)**

# Les enseignes des zones d'activités

- ▶ Elles sont relativement sobres :
  - ▶ généralement en façade,
  - ▶ de surface proportionnée à la surface du bâtiment,
  - ▶ complétées d'enseignes scellées au sol.



Exemples zone d'activités du Petit Parc (Ecquevilly): enseignes en façade de surface très modeste, une seule enseigne scellée au sol de format totem devant l'activité

# Les enseignes des zones commerciales

- ▶ Elles s'insèrent sur des bâtiments de plus grande ampleur, dans des espaces principalement dédiés au commerce, et sont destinées à être vues de loin :
- ▶ Leur intégration est plus ou moins réussie en fonction de l'ancienneté de la zone ;
- ▶ Peu de cas d'infractions à la réglementation nationale relevés.





**Quels impacts ?**



# Des risques de cacophonie visuelle

---

- ▶ L'impact d'un dispositif dans le paysage est dû :
  - ▶ À la typologie de support et aux formats
  - ▶ Au nombre et à la densité
  - ▶ Au design du matériel (un pied, deux pieds)
  - ▶ Aux mouvements, couleurs et matériaux utilisés
  - ▶ À l'implantation et au contexte d'insertion
  
- ▶ Ces effets peuvent se cumuler et entraîner parfois la cacophonie visuelle.

# Exemple d'accumulation



# Exemple de juxtaposition



# Les pistes de travail identifiées



# Définir des règles par secteur



Selon les ambiances	Les solutions envisageables
Communes les plus rurales, notamment celles situées dans le PNR du Vexin français	Maintenir leur caractère aujourd'hui préservé de presque toute publicité
Abords des monuments historiques et Sites Patrimoniaux Remarquables de Mantes-la-Jolie et Andrésy	Y interdire toute publicité ou y admettre des formes très limitées
Centralités des communes plus urbaines et secteurs dédiés à l'habitat	Les préserver de l'installation de publicités qui seraient inadaptées aux morphologies urbaines et prolonger les effets protecteurs des RLP communaux existants
Axes routiers les plus empruntés, zones commerciales	« Aérer » le paysage en maîtrisant davantage l'installation des publicités (nombre, surface, caractère lumineux...)

# Améliorer les enseignes

---

- ▶ Le traitement des enseignes est facultatif. Toutefois, il serait intéressant que le RLPi :
  - ▶ **Préserve la qualité** des enseignes situées dans les lieux les plus patrimoniaux et dans les secteurs résidentiels, pour accroître l'attractivité des commerces locaux
  - ▶ **Assure la sobriété** des enseignes des parcs d'activités et améliorent la signalisation de ces zones
  - ▶ **Améliore la lisibilité des zones commerciales** (distinction entre les messages liés aux commerces et les publicités).

# Améliorer les enseignes « traditionnelles »



- Interdire ou encadrer les enseignes sur mur retour dénué de devanture ?

- Règle de proportion de la surface de l'enseigne par rapport à la surface de la façade commerciale ?



- Limiter le nombre d'enseignes par activité ? Interdire les oriflammes ou les encadrer ?

# Améliorer les enseignes des zones commerciales

---

- ▶ Interdire les enseignes en toiture
- ▶ Réduire la surface des enseignes en façade
- ▶ Augmenter la lisibilité de ces zones en imposant le format totem pour les enseignes scellées au sol...

# Échanges



# La concertation



# Pour s'informer

---

- ▶ Rendez-vous sur le site Internet dédié **rlpi.gpseo.fr**
- ▶ **Téléchargez le dossier de concertation** ou consultez-le à l'accueil d'une des 73 mairies
- ▶ Découvrez au fil de l'avancée du projet les documents qui rythmeront l'élaboration du RLPi : **exposition itinérante, lettres d'informations numériques...**

# Pour participer

- ▶ Le formulaire sur le site internet dédié **[rlpi.gpseo.fr](http://rlpi.gpseo.fr)**
- ▶ Par message électronique à **[construireensemble@gpseo.fr](mailto:construireensemble@gpseo.fr)**
- ▶ **Par courrier postal** à l'attention du Président de GPS&O, Immeuble Autoneum, rue des Chevries, 78410 AUBERGENVILLE.
- ▶ **Lors des rendez-vous prévus** pendant les études d'élaboration, tout au long de l'année 2021, à destination du grand public ou d'acteurs plus spécifiques.

## Les prochaines réunions

- **En avril 2021** : avec les institutions publiques, les afficheurs, les associations...
- **En mai 2021** : avec les élus communaux.

## Suzanne Jaunet

Vice-présidente de Grand Paris Seine & Oise  
déléguée aux relations aux communes et à la ruralité

## Fabienne Devèze

Vice-présidente de Grand Paris Seine & Oise  
déléguée au développement économique

**Merci pour votre attention**

