



Révision du Règlement Local de Publicité

## ENQUETE PUBLIQUE

## NOTE EXPLICATIVE



Mairie de ville  
Place de la Charmeuse - BP30 - 95191 Goussainville Cedex  
Tél. : 01 39 94 60 00 • Fax : 01 39 94 60 14

Conformément aux dispositions de l'article R.123-8 du code de l'environnement, le dossier d'enquête publique comprend, en l'absence d'évaluation environnementale ou d'examen au cas par cas, **une note de présentation précisant les coordonnées du maître d'ouvrage ou de la personne publique responsable du projet, plan ou programme, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu.**

### Les coordonnées du maître d'ouvrage

Ville de GOUSSAINVILLE, place de la Charmeuse 95190 GOUSSAINVILLE

### Objet de l'enquête

La révision du règlement local de publicité (RLP) de la ville de GOUSSAINVILLE

### Caractéristiques les plus importantes du projet

Le règlement local de publicité constitue un document réglementaire qui adapte la réglementation nationale de la publicité, des enseignes et des préenseignes définie par les articles L. 581-8 à L. 581-10, L. 581-18, et R. 581-23 à R. 581-47, R. 581-53 à R. 581-56, et R.581-58 à R. 581-65 du code de l'environnement, aux spécificités communales.

Les règles locales tendent principalement à restreindre les possibilités d'installer des publicités, préenseignes ou enseignes telles qu'elles résultent de la réglementation nationale (art. L. 581-14 et L. 581-18 c.env.). Par exception, le règlement local de publicité peut aussi déroger aux interdictions légales de publicité en agglomération pour y admettre l'installation de dispositifs publicitaires qu'il détermine et selon des conditions qu'il définit (art. L. 581-8 c.env.).

Le RLP de la Ville de GOUSSAINVILLE a été arrêté en 1992.

Sa révision est nécessaire pour :

- tenir compte de la profonde réforme du droit de l'affichage extérieur, opérée par la loi « Grenelle II » du 12 juillet 2010 et ses décrets d'application (dont celui du 30 janvier 2012). Cette réforme a apporté de nouvelles restrictions (règles de densité, diminution des surfaces unitaires, restrictions concernant la publicité lumineuse...) mais aussi introduit de nouvelles possibilités (micro-affichage...). Elle a par ailleurs fixé la caducité automatique des RLP ante-Grenelle au 13 juillet 2020 (ce qui aurait pour conséquence un retour sous le régime de la réglementation nationale, et une perte des pouvoirs de police du Maire au profit du Préfet);
- prendre en compte les effets de la loi LCAP du 7 juillet 2016 qui redéfinit les abords de monuments historiques mentionnés à l'article L. 621-30 du code du patrimoine. Or, conformément à l'article L. 581-8 du code de l'environnement, à

l'intérieur des agglomérations, la publicité est interdite aux abords des monuments historiques mentionnés par ledit article du code du patrimoine : périmètre délimité d'abords ou, à défaut, champ de visibilité de 500 mètres et non plus seulement 100 mètres des immeubles classés ou inscrits parmi les monuments historiques. Il ne peut être dérogé à cette interdiction que dans le cadre d'un règlement local de publicité.

- traiter le volet « enseignes », afin de permettre leur meilleure intégration, en particulier celles du centre-bourg.

Par délibération du 23 décembre 2018, le conseil municipal de GOUSSAINVILLE a prescrit la révision du règlement local de publicité et en a défini les objectifs.

Le projet de révision du règlement local de publicité, tel qu'arrêté par le conseil municipal le 23 décembre 2019, présente les caractéristiques essentielles suivantes :

Trois zones de publicité sont instaurées.

La ZP1 correspond à tout le territoire aggloméré. La publicité scellée au sol y est interdite. La publicité murale est admise, dans la limite de 8m<sup>2</sup> de surface d'affiche (10,50m<sup>2</sup> cadre compris) pour la publicité non lumineuse ou éclairée par projection ou transparence (surface d'écran de 2,1m<sup>2</sup> pour la publicité numérique), à raison d'un dispositif par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière. Les 5 catégories de mobiliers urbains « publicitaires » sont admises (publicité non lumineuse limitée à 8m<sup>2</sup> sur mobilier d'information et 2,1m<sup>2</sup> si lumineuse).

La ZP2 correspond à des séquences d'axes structurants. Publicités murales et scellées au sol sont admises, dans la limite de 8m<sup>2</sup> de surface d'affiche (2,1m<sup>2</sup> si lumineuse), à raison un seul dispositif par linéaire de façade (de 12 mètres minimum) sur rue d'une unité foncière. Les 5 catégories de mobiliers urbains « publicitaires » sont admises (publicité non lumineuse limitée à 8m<sup>2</sup> sur mobilier d'information et 2,1m<sup>2</sup> si lumineuse).

La ZP3 correspond aux zones commerciales, et les surfaces des dispositifs correspondent aux maxima admis par la réglementation nationale (12m<sup>2</sup> pour la publicité non lumineuse, 8m<sup>2</sup> pour la lumineuse). Un dispositif est admis par linéaire de façade sur rue d'une unité foncière.

Les changements par rapport au RLP actuel portent principalement sur l'exclusion du zonage des lieux situés hors agglomération (la loi Grenelle II ne permettant plus de les réglementer dès lors que l'interdiction de publicité s'y applique sans dérogation possible), sur le traitement du centre-ville incluant l'abbaye (bâtiment classé remarquable au titre du PLU), qui est protégé par sa mise en ZP1 et le maintien de l'interdiction quasi-totale de toute publicité, dans les abords de l'église monument historique du Vieux Pays (même le mobilier urbain « publicitaire » ne sera pas admis).

En matière d'enseignes, soumises à autorisation préalable du maire et accord de l'Architecte des Bâtiments de France en abords de monument historique, des règles précises sont définies pour celles situées en ZP1 et en ZP2 (règles de

positionnement notamment). La surface des enseignes numériques scellées au sol est limitée à 8m<sup>2</sup> en ZP3 (en cohérence avec les dispositifs publicitaires scellés au sol numériques).

### Résumé des principales raisons pour lesquelles, du point de vue de l'environnement, le projet soumis à enquête a été retenu

S'inscrivant sous l'empire de la loi Grenelle II et de la loi CAP du 7 juillet 2016, le projet de RLP arrêté poursuit l'effet protecteur du RLP de 1992.

L'exclusion du zonage des lieux non agglomérés entrainera la dépose d'une dizaine de dispositifs.

En agglomération, les abords du monument historique et de l'abbaye patrimoine remarquable repéré au PLU sont particulièrement protégés. La majeure partie du territoire est classée en ZP1, ce qui correspond aux lieux dédiés à l'habitat, au sein de laquelle la publicité scellée au sol est interdite.

Les possibilités principales d'installation de publicités étant limitées à la zone commerciale éloignée des secteurs résidentiels.

En matière d'enseignes, des règles sont instaurées afin de renforcer l'intégration qualitative des enseignes du centre-ville et de renforcer l'attractivité des commerces.