



# REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Note explicative

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 SAINT GRATIEN, 1 place Gambetta, 95 210 SAINT GRATIEN

### Objet de l'enquête

La révision du règlement local de publicité (RLP) de la ville de SAINT GRATIEN.

### 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. 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 SAINT GRATIEN a été arrêté en 1989.

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 (bâches publicitaires, micro-affichage...). Elle a par ailleurs supprimé la possibilité de « ré-introduction » de publicité dans les lieux situés hors agglomération (la zone de publicité autorisée du RLP de 2000 ne peut être reconduite) ;
- 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-ville.

Par délibération du 22 juin 2018, le conseil municipal de SAINT GRATIEN a prescrit la révision du règlement local de publicité et en a défini les objectifs suivants :

En matière de publicités/préenseignes :

*En dehors des lieux situés hors agglomération et des lieux protégés (Périmètre Délimité d'Abords, site inscrit) dans la mesure où le règlement local de publicité ne peut que restreindre les possibilités résultant des règles nationales, le RLP pourra, en fonction des zones, durcir les règles nationales notamment en interdisant certains types de publicités, en abaissant la surface unitaire admise (de 12m<sup>2</sup> à 8m<sup>2</sup>), en durcissant la règle de densité applicable par unité foncière, et en encadrant les nouvelles formes de publicité admises par Grenelle II ( la publicité numérique, les bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles).*

*Ce type de restrictions paraîtrait nécessaire dans les secteurs d'habitat et le long des axes structurants (rue d'Argenteuil, boulevard Pasteur, boulevard Foch).*

*Dans les lieux « protégés », en secteur aggloméré, le RLP pourrait déroger à l'interdiction de publicité et réintroduire certaines possibilités - limitées et encadrées - d'affichage publicitaire, a minima pour tout ou partie des 5 catégories de mobilier urbain, y compris numérique.*

*En matière d'enseignes (que le RLP n'a pas l'obligation de réglementer), un durcissement des règles nationales dans le PDA et en centre-ville pourrait être envisagé. Celui-ci porterait sur les règles de positionnement des enseignes en façade, restriction des enseignes scellées au sol et en toiture, limitation des enseignes numériques...Ailleurs, la réglementation nationale, déjà considérablement durcie depuis 2012, pourrait suffire, d'autant que les enseignes sont toutes soumises à autorisation préalable du Maire dès lors qu'il existe un RLP.*

L'objectif général est de simplifier le zonage du RLP de 1989 et de poursuivre son effet protecteur, en protégeant à la fois le centre-ville mais aussi l'ensemble des secteurs résidentiels.

Il s'agit aussi de sécuriser le règlement local en l'adaptant aux réformes législatives, réglementaires et jurisprudentielles intervenues depuis son adoption.

Le traitement des enseignes en centre historique est également un axe important.

Le projet de révision du règlement local de publicité, tel qu'arrêté par le conseil municipal le 4 avril 2019, présente les caractéristiques essentielles suivantes :

Trois zones de publicité (ZP), aux protections graduées, sont instaurées :

La Zone de publicité n°1 (ZP1) couvre strictement le périmètre délimité d'abords (PDA) autour du château Catinat, soit l'hyper centre-ville, incluant également l'église et le Forum. Seule la publicité supportée, à titre accessoire, par du mobilier urbain est admise (dans la limite de 2,1m<sup>2</sup> pour le mobilier d'information), ainsi que la publicité directement installée sur le sol (type chevalets).

La simplicité de zonage ayant été recherchée, la zone de publicité 2 (ZP2) couvre le reste du territoire aggloméré hors ZP1 et ZP3, soit des lieux dédiés majoritairement à l'habitat. Admettant quelques formes de publicités supplémentaires (publicité murale) par rapport à la ZP1, la création de cette vaste ZP2 permet de traiter de manière égalitaire l'ensemble des habitants du territoire.

La troisième zone (ZP3), au sein de laquelle la publicité scellée au sol et la publicité murale sont admises, correspond à des séquences des axes routiers les plus empruntés du territoire, aux quais de la gare ainsi qu'à la zone d'activités économiques des Entrepreneurs et la zone commerciale les Halles de Saint Gratien située le long du boulevard Pasteur.

Les possibilités « maximales » d'installation de publicité sont réservées à la ZP3, tout en étant plus restrictives que la réglementation nationale (surface maximale, règle de densité).

Concernant les enseignes, des prescriptions spécifiques (notamment règles de positionnement des enseignes en façade) sont instaurées en ZP1.

#### [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'économie générale du RLP de 1989, en opérant une simplification du zonage ainsi qu'une adaptation des règles locales eu égard à la profonde réforme opérée par la loi Grenelle II.

Le centre-ville historique, autour du château Catinat, est particulièrement protégé. Il en va de même pour la grande majorité du territoire communal où toute publicité scellée au sol est interdite. Les possibilités d'installation des dispositifs sont circonscrites principalement à deux axes traversants et aux zones d'activités.

Le RLP ainsi arrêté protège très largement les secteurs résidentiels, afin d'offrir un cadre de vie de qualité à l'ensemble des habitants de SAINT GRATIEN.