Département de Seine-et-Marne (77)

Commune de Chelles

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 1 : Rapport de présentation

Version arrêtée

Source : Gopub Conseil

GOPUB CONSEIL

VILLE DE CHELLES

Sommaire

Introduction 3

I. Droit applicable sur le territoire en matière de publicité extérieure 5

1. Définitions 6
   1.1. Le règlement local de publicité 6
   1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement 6
   1.3 La notion d'agglomération 9
   1.4 La notion d'unité urbaine 13
2. Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire 14
   2.1 Les interdictions absolues 14
   2.2. Les interdictions relatives 16
3. Les règles applicables au territoire 18
   3.1 Les règles du Code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes. 18
   3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires 29
   3.3. Les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes 30
   3.4. Les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires 37
   3.5. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif 38
   3.6. La règlementation locale 40
4. Régime des autorisations et déclarations préalables 44
   4.1. L'autorisation préalable 44
   4.2. La déclaration préalable 44
5. Les compétences en matière de publicité extérieure 45
6. Les compétences en matière de publicité extérieure 45

II. Diagnostic du parc d'affichage 46

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes 46
2. Les caractéristiques des enseignes 67

III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure 89

1. Les objectifs 89
2. Les orientations 91

IV. Justification des choix retenus 95

1. Le zonage 95

2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes 97
3. Les choix retenus en matière d'enseignes..... 100

Introduction

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations. La règlementation de la publicité, des enseignes et préenseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression[1], 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, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

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 2012 ont considérablement modifié une partie de la règlementation qui datait de 1979, 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 préenseignes.

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

Parmi les évolutions règlementaires 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 en termes de tailles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

[1] L'article L581-1 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 préenseignes.

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[2].

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 Ier 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 1er du Code de l'environnement.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU qui est également compétente pour l'élaboration ou la révision du RLP[3].

La Commune de Chelles disposant de la compétence en matière de PLU, l'élaboration ou la révision des règlements locaux de publicité lui revient.

Le RLP 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 commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale 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 règlementation 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 règlement local de publicité 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 l'arrêté municipal fixant lesdites limites, au règlement local de publicité.

Le présent document constitue le rapport de présentation, en élaborant en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

[2] Article L 581-14-3 du Code de l'environnement
[3] Article L 581-14 du Code de l'environnement

I. Droit applicable sur le territoire 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 visible 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 co-visibilité 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, etc.

Le Code de l'environnement admet 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 au Maire de la Commune. 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 PLU[4].

Enfin, le Code de l'environnement renvoie également aux dispositions du Code de la route, afin d'encadrer la publicité au regard d'impératifs de sécurité routière. En effet, 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 préenseignes pouvant induire une confusion avec des signaux réglementaires ou, qui conduiraient à en réduire la visibilité ou leur efficacité. Des dispositions spécifiques précisent les modalités d'implantation d'une publicité ou d'une enseigne, en fonction du statut de la voie et, de sa situation dans une agglomération.

[4] Article L 621-30 du Code du patrimoine

1. *Définitions*

1.1. 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 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 et qui constitue la réglementation nationale (RNP).

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 d'un dispositif de publicité non lumineuse 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.

1.2. La définition des dispositifs visés par le Code de l'environnement

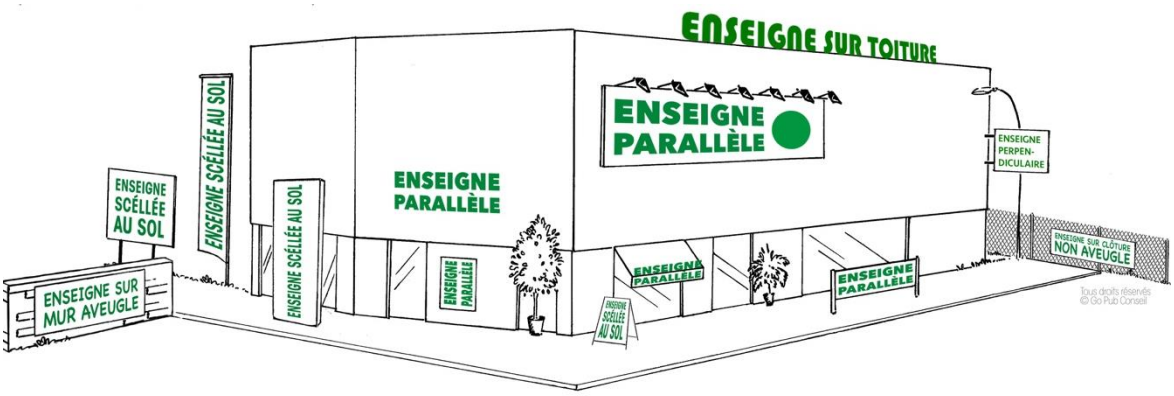
Constitue **une publicité**[5], à l'exclusion des enseignes et préenseignes, toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention, les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images étant assimilées à des publicités.

En d'autres termes, le dispositif destiné à présenter des inscriptions, formes ou images publicitaires, est lui aussi assimilé à une publicité au sens du Code de l'environnement. Dès

[5] Article L581-3-1° du Code de l'environnement

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.

Constitue **une enseigne**[6] 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 et l'activité qui s'y exerce.

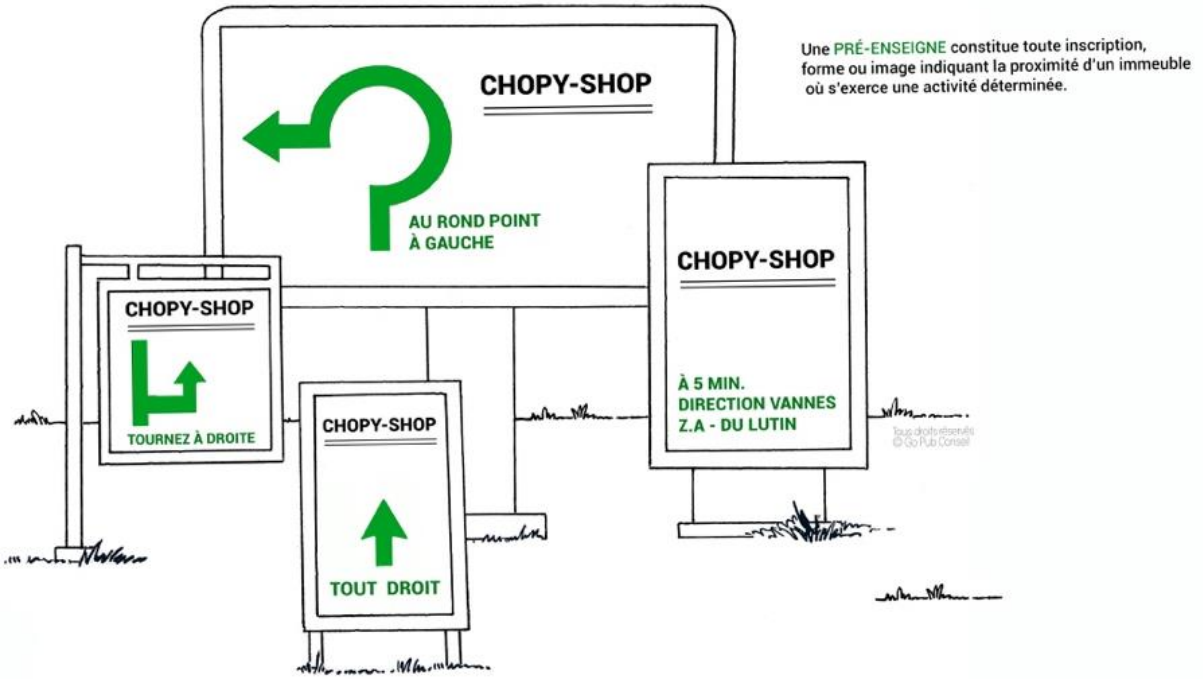
L'immeuble doit ici être entendu comme unité foncière, c'est-à-dire qu'il peut être bâti ou non, dès lors que l'activité s'y exerce.

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 régit l'apparence matérielle des enseignes et non le contenu de leur message.

[6] Article L581-3-2° du Code de l'environnement

Constitue **une préenseigne**[7] toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.



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

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

La notion de surface unitaire du dispositif mentionnée dans les articles du Code de l'environnement (pour les publicités et préenseignes) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité lumineuse[8] ou non[9] 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.

[7] Article L581-3-3° du Code de l'environnement
[8] CE, 20 octobre 2016, cne de dijon, n°395494
[9] CE, 6 octobre 1999, Société Sopremo, n° 169570, T. pp. 623-963

1.3 La notion d'agglomération

« *La notion d'agglomération au sens de la réglementation sur les affiches, enseignes et préenseignes est définie par le Code de la route* »[10].

Précisément, constitue 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* », conformément à l'article R.110-2 du Code de la route.

Panneau d'entrée d'agglomération et panneau de sortie d'agglomération, Chelles, Juin 2020.

Ses limites sont fixées par arrêté du maire[11] et représentées sur un document graphique annexé au règlement local de publicité[12].

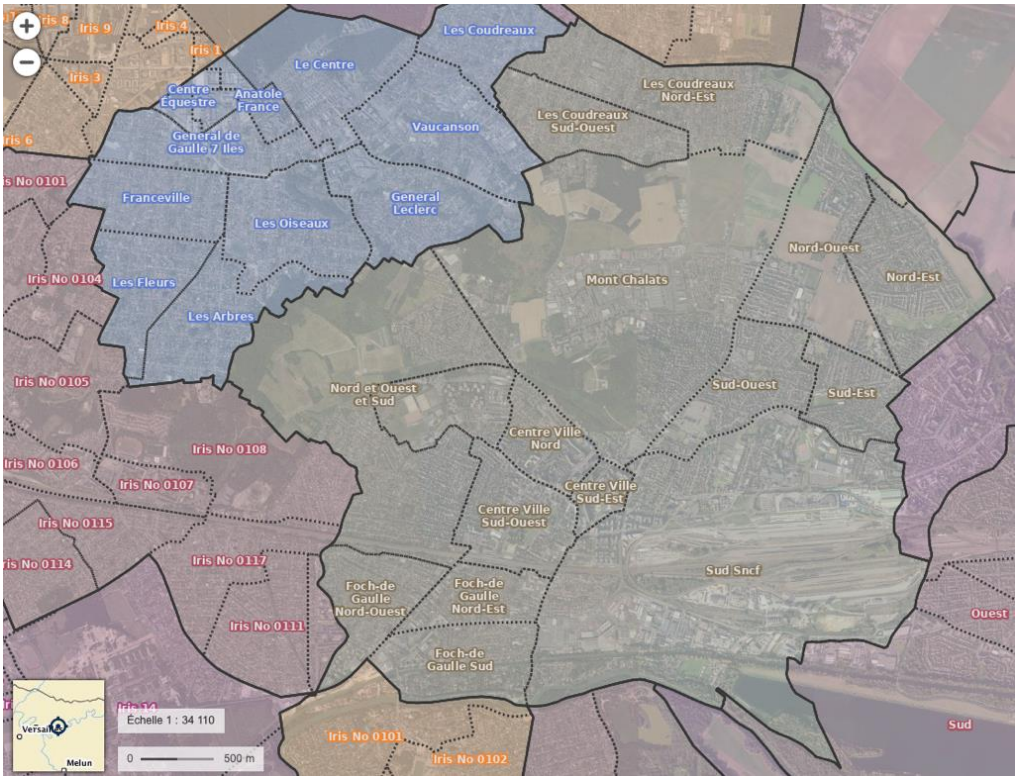
La notion d'agglomération est donc définie par un critère « *géographique* » (l'agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés) et deux critères «*réglementaires*» (l'agglomération est la partie du territoire communal délimitée par arrêté du maire et située entre les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

Dans la pratique, ces notions ne coïncident pas toujours. Face à cette situation, le Conseil d'État a donc jugé que la « *réalité physique* » de l'agglomération devait prévaloir, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération et leur positionnement par rapport au bâti[13].

[10] Article L581-7 du Code de l'environnement
[11] Article R.411-2 du Code de la route
[12] Article R581-78 al. 2 du Code de l'environnement
[13] CE, sect., 2 février 1990, Société Publi-system, req. N°68134.

Conformément à la délimitation des IRIS sur la Commune de Chelles et à la répartition des habitants dans ces différents secteurs[14] (bien que le référentiel date de 2012), il apparait que la commune de Chelles compte 3 agglomérations :

- Une première agglomération de plus de 10 000 habitants ;
- 2 agglomérations secondaires de moins de 10 000 habitants.



Source : Géoportail.

Nombre d'habitants

Données en % | Données brutes

	Population		
	Homme	Femme	Total
Centre Ville Nord	1 743	2 297	4 040
Centre Ville Sud-Est	853	1 157	2 009
Centre Ville Sud-Ouest	1 146	1 391	2 537
Foch-de Gaulle Nord-Est	1 413	1 519	2 932
Foch-de Gaulle Nord-Ouest	1 550	1 733	3 283
Foch-de Gaulle Sud	1 473	1 662	3 134
La Noue Brossard Est	1 850	2 062	3 912
Les Coudreaux Nord-Est	2 369	2 394	4 764
Les Coudreaux Sud-Ouest	1 222	1 225	2 447
Mont Chalats	1 865	1 959	3 825
Nord-Est	1 412	1 461	2 872
Nord et Ouest et Sud	2 414	2 369	4 783
Nord-Ouest	1 052	1 034	2 086
Sud-Est	991	1 110	2 102
Sud-Ouest	662	777	1 439
Sud Sncf	3 437	3 646	7 083
Chelles	25 452	27 796	53 248
Unité Urbaine Paris	5 082 191	5 468 149	10 550 374

Sources : INSEE 2012 – Iris, INSEE 2012 – Commune, INSEE 2012 – Unités urbaines

Source : https://sig.ville.gouv.fr/Territoire/77108/onglet/DonneesLocales

[14] Le référentiel date de 2012. Soit une population INSEE 2012 de 53 248 habitants contre 54 917 habitants en 2017 (données INSEE).

Limites dagglomération de la commune de Chelles

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 routière[15], toute publicité est interdite, à l'exception des emprises d'aéroports et des gares ferroviaires et routières et, des équipements sportifs ayant une capacité d'accueil d'au moins 15 000 places[16]. Elles peuvent aussi être autorisées 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 préenseignes étant soumises aux mêmes règles que la publicité, elles 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 préenseignes 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, etc.),
- les monuments historiques, classés ou inscrits, sous réserve qu'ils soient ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique, pour la durée de l'opération ou de la manifestation.

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.

[15] Article R 110-2 du Code de la route
[16] Article L581-3-3° du Code de l'environnement

1.4 La notion d’unité urbaine

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

La notion d'unité urbaine repose sur deux critères : la continuité du bâti et le nombre d'habitants.

L'INSEE définit 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.

Pour l'application de la réglementation des affiches et enseignes, le seuil de référence est de 100000 habitants.

La commune de Chelles appartient à l’unité urbaine de Paris, plus grande unité urbaine de France qui regroupe plus de 400 communes et compte plus de 10 millions d’habitants.

Dans cette unité urbaine, les obligations et modalités d'extinction des publicités et préenseignes lumineuses doivent être prévues par chaque RLP. Le RLP de Chelles devra donc prévoir ces obligations et modalités d'extinction.

2. *Les périmètres d'interdiction de toute publicité existant sur le territoire*

2.1 Les interdictions absolues[17]

Aux termes du I de l'article L 581-4 du Code de l'environnement :

> I. - *Toute publicité est interdite :*
> *1° Sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques ;*
> *2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;*
> *3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;*
> *4° Sur les arbres.*

Ces interdictions absolues ne permettent aucune dérogation.

En l'espèce, la Commune de Chelles est concernée par l'interdiction de publicité sur les monuments historiques suivants :

- L'ancienne Abbaye Royale (classée),
- Les restes du monuments dit Chilpéric (classés),
- Les anciennes Eglises Sainte-Croix et Saint-Georges.

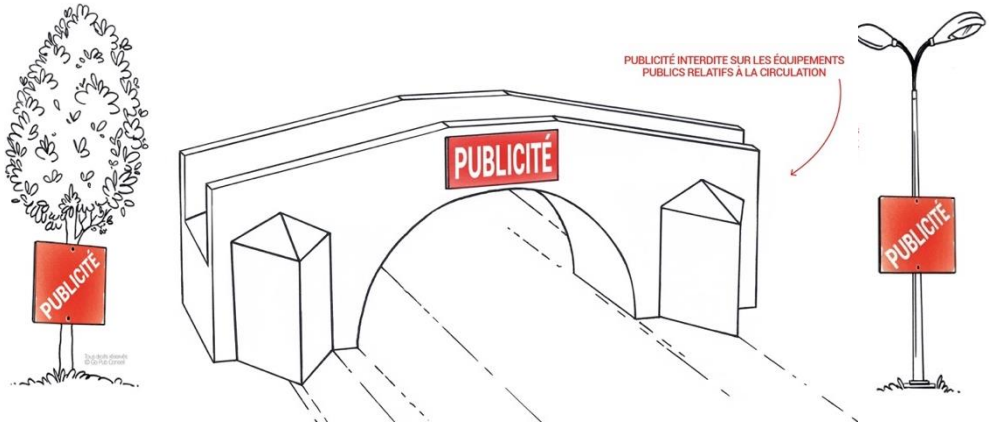
Les anciennes Églises Sainte-Croix et Saint-Georges classée depuis 1984 et les restes du monument dit Chilpéric, classés en 1862.

D'autres immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque peuvent faire l'objet d'une protection particulière. En effet, le maire peut prendre un arrêté protégeant ces immeubles de la même manière que les immeubles inscrits ou classés[18]. En l'espèce, la Ville de Chelles ne compte aucun monument protégé de la sorte.

La publicité est également interdite :

1° 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 ;

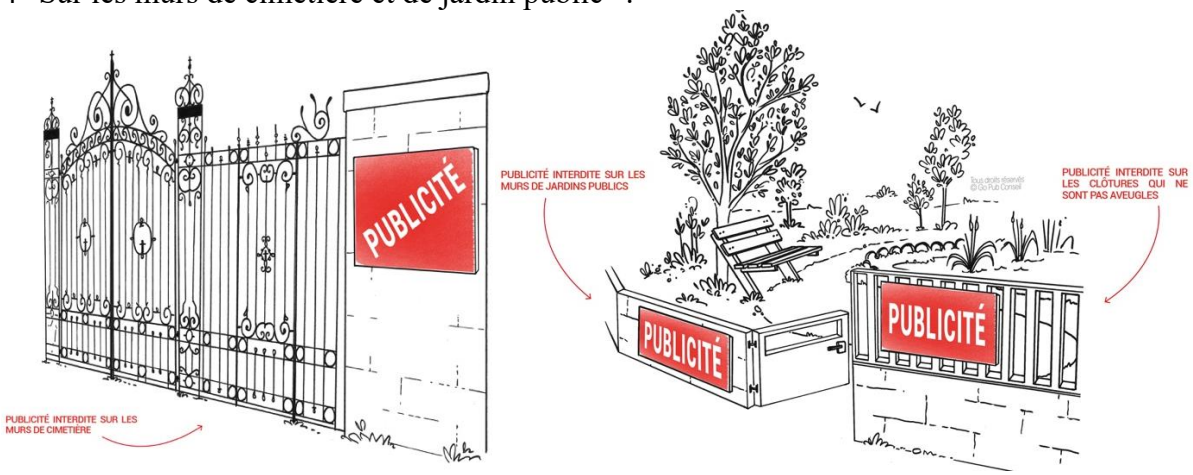
[17] Article L581-4 du Code de l'environnement
[18] Article L581-4 2° du Code de l'environnement

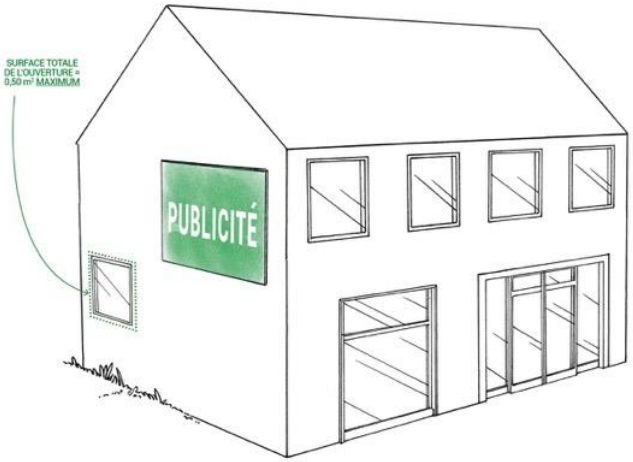


2° Sur les murs des bâtiments sauf quand ces murs sont aveugles ou qu'ils ne comportent qu'une ou plusieurs ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,50 mètre carré ;

3° Sur les clôtures qui ne sont pas aveugles ;

4° Sur les murs de cimetière et de jardin public[19].





[19] Article R581-22 du Code de l'environnement

2.2. Les interdictions relatives[20]

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

Ces interdictions relatives concernent :

> *1° Les abords des monuments historiques mentionnées à l'article L 621-30 du Code du patrimoine ;*
> *2° Le périmètre des sites patrimoniaux remarquables mentionnés à l'article L 631-1 du même Code ;*
> *3° Les parcs naturels régionaux ;*
> *4° Les sites inscrits ;*
> *5° 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 ;*
> *6° (abrogé)*
> *7° L'aire d'adhésion des parcs nationaux ;*
> *8° Les zones spéciales de conservation et les zones de protection spéciales mentionnées à l'article L 414-1 du Code de l'environnement.*

La commune de Chelles est concernée par l'interdiction relative de publicité aux abords des monuments historiques. Depuis la loi LCAP du 7 juillet 2016 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* [21]». En l'espèce, cette protection s'applique aux périmètres de protection des monuments historiques classés et inscrits listés précédemment ainsi qu'à ceux :

- Du château, jardin et parc de Champs sur Marne (classé), situé sur la commune limitrophe éponyme ;
- Du domaine de Brou sur Chantereine (classé), situé sur la commune limitrophe éponyme ;
- Du château du Gournay (inscrit), situé sur la commune limitrophe éponyme ;

L'interdiction relative de publicité s'applique également dans la réserve naturelle régionale des îles de Chelles.

[20] Article L581-8 du Code de l'environnement
[21] Article L621-30 du Code du patrimoine

Interdictions absolues et relatives en matière de publicité et préenseignes sur la commune de Chelles

3. *Les règles applicables au territoire*

La commune de Chelles compte 54 917 habitants[22]. A ce titre, les règles qui s'appliquent en matière d'affichage extérieur sur la commune sont celles définies pour les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

3.1 Les règles du Code de l'environnement en matière de publicités et préenseignes

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.

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[23].

Densité

Le Code de l'environnement pose la règle de densité suivante[24] 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 m 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 m linéaire.
- sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 80 m linéaire, il peut être installé un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 m au-delà de la première.

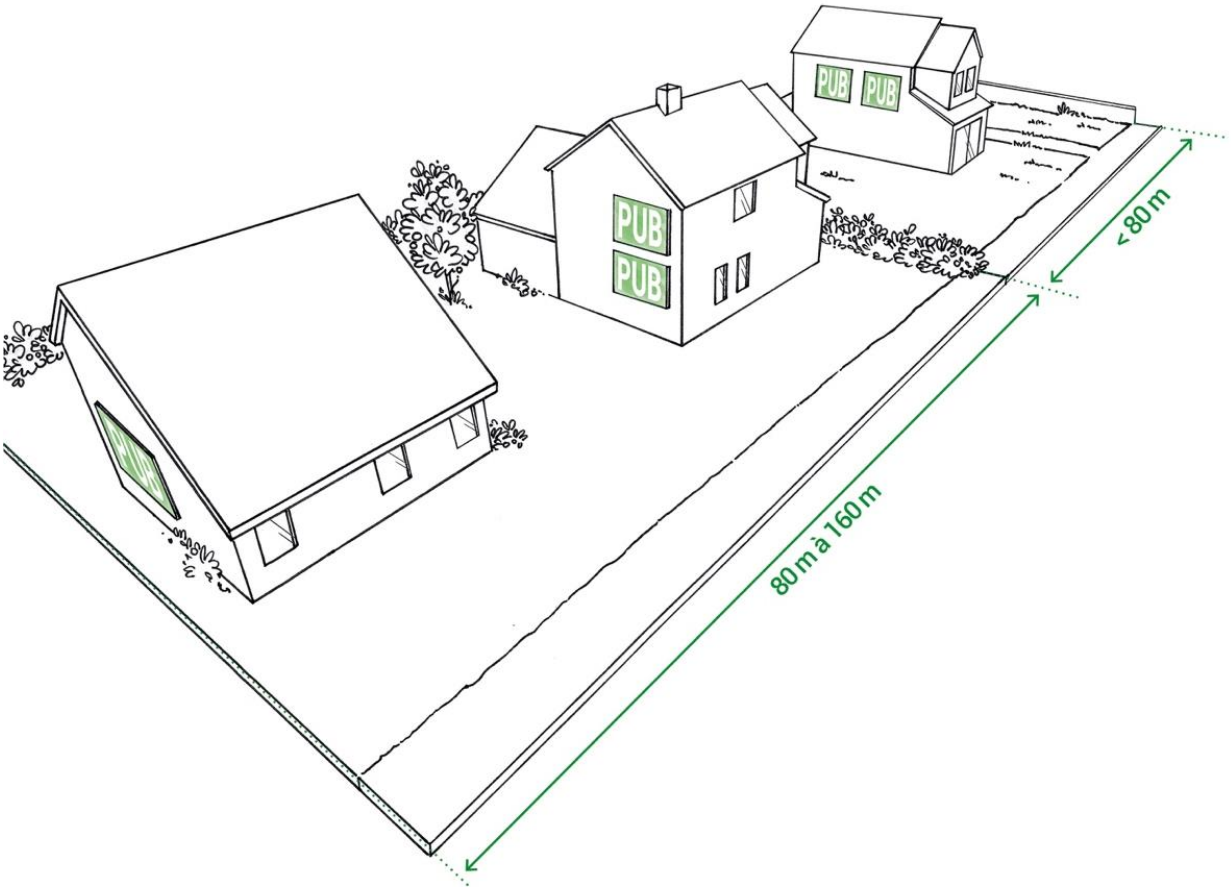
Ces dispositifs peuvent être installés librement sur l'unité foncière.

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 m linéaires.

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

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

[22] Données démographiques de l'Insee 2017.
[23] Article R581-24 du Code de l'environnement.
[24] Article R581-25 du Code de l'environnement.


PUB
PUB
PUB
PUB
< 80 m
80 m à 160 m

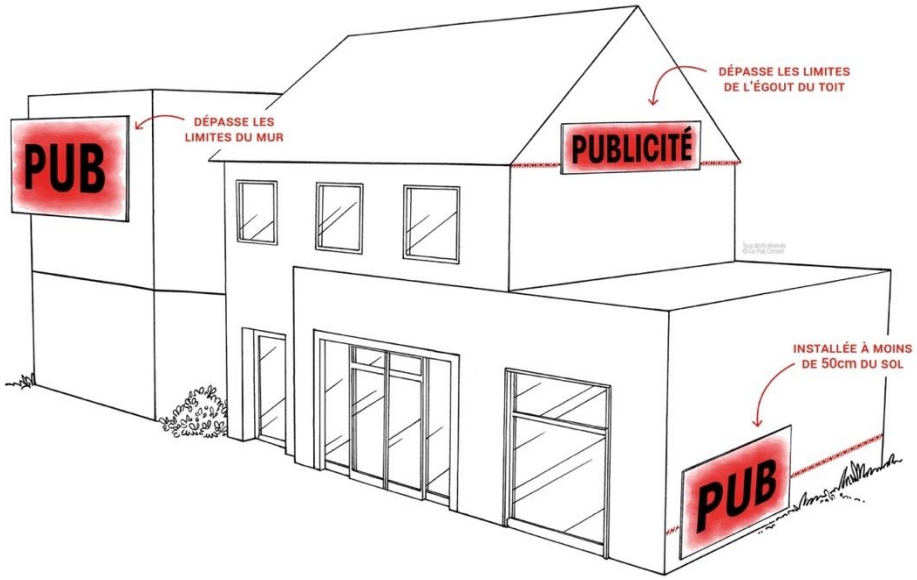
PUB
PUB
PUB
PUB
PUB
PUB
< 40m
40m à 80m
80m à 160m

Publicité sur mur ou clôture non lumineuse

Surface unitaire maximale ≤ 12 m²
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 7,5 m

Conditions d'installation de la publicité non lumineuse

La publicité non lumineuse ne peut :
- être apposée à moins de 50 cm du niveau du sol,
- être apposée sur une toiture ou une terrasse en tenant lieu,
- dépasser les limites du mur qui la supporte,
- dépasser les limites de l'égout du toit,
- être apposée 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 cm.

Dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Surface unitaire maximale ≤ 12 m²
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m

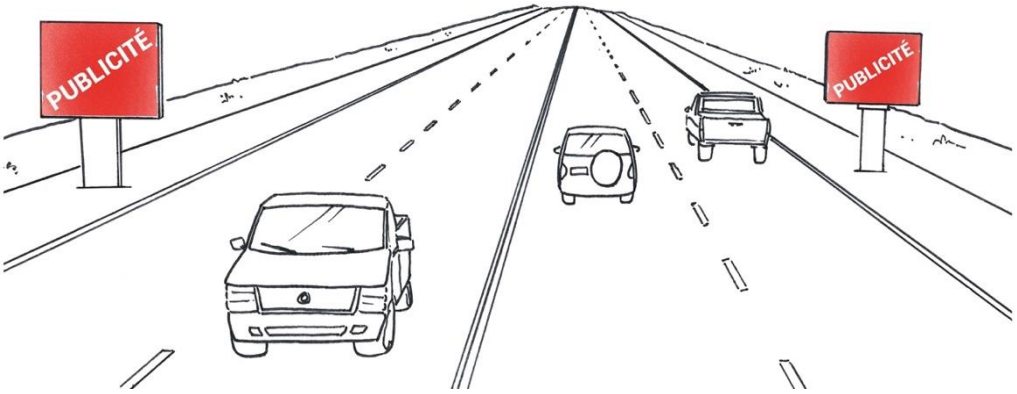
Conditions d'installation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits en agglomération :
1° Dans les espaces boisés classés[25],
2° 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.

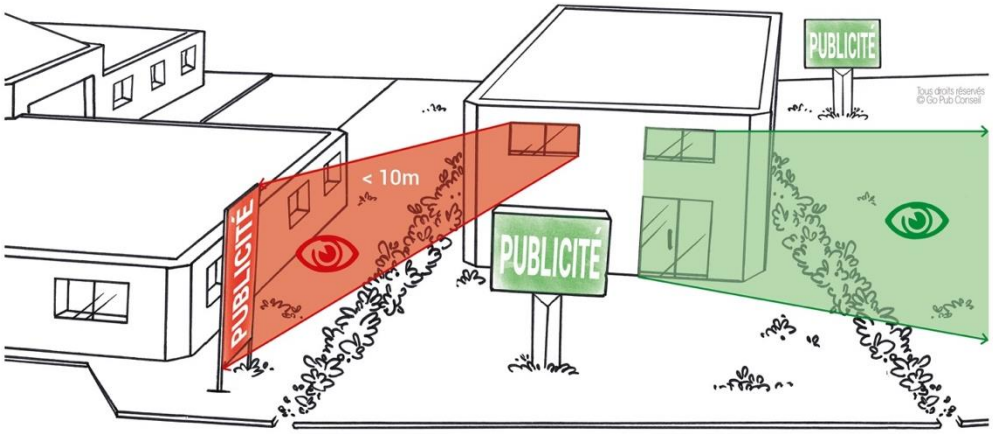
[25] Article L130-1 du Code de l'urbanisme

Lieux d interdictions d implantation des publicités / préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur la commune de Chelles

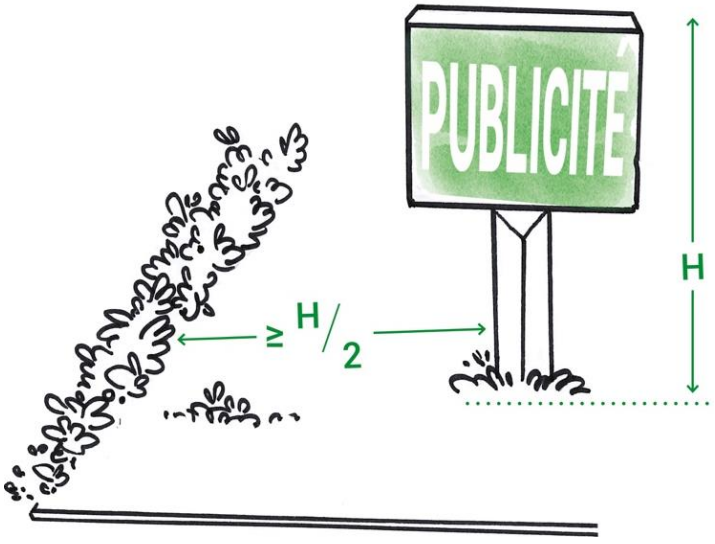
Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol non lumineux sont interdits si les affiches qu'ils supportent sont visibles d'une autoroute ou d'une bretelle de raccordement à une autoroute ainsi que d'une route express, déviation ou voie publique situées hors agglomération.



Un dispositif publicitaire scellé au sol ou installé directement sur le sol non lumineux 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.



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.



La publicité lumineuse

La publicité lumineuse est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet 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 ministériel[26].

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.

Surface unitaire maximale ≤ 8 m²
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m

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

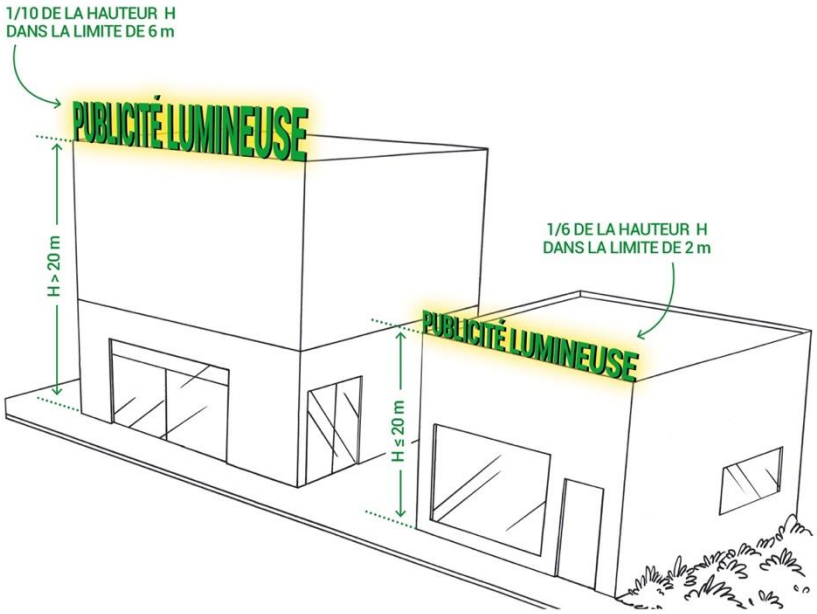
La publicité lumineuse ne peut :

- 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.

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 cm.

[26] arrêté ministériel non publié à ce jour

	Hauteur maximale des publicités sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 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



La publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse. Elle est donc soumise aux conditions de surface et de hauteur de la publicité lumineuse.

Surface unitaire maximale ≤ 8 m²
Hauteur maximale au-dessus du niveau du sol ≤ 6 m

Toutefois, lorsque la consommation électrique du dispositif publicitaire numérique excède les niveaux définis par arrêté ministériel[27], la publicité numérique ne peut avoir une surface unitaire supérieure à 2,1 m² ni s'élever à plus de 3 m au-dessus du niveau du sol.

Conditions d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité :

Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction, supporter de la publicité :
- non lumineuse ;
- éclairée par projection ou par transparence ;
- numérique.

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.

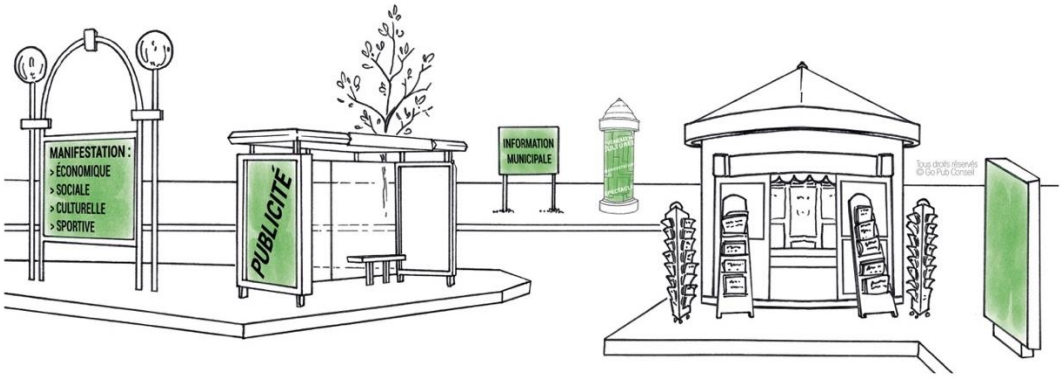
La publicité supportée par le mobilier urbain est interdite :
- dans les espaces boisés classés en application de l'article L. 130-1 du code de l'urbanisme ;
- dans les zones à protéger en raison de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages et de leur intérêt notamment au point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un plan local d'urbanisme ou sur un plan d'occupation des sols ;

[27] arrêté ministériel non publié à ce jour

- 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 01h00 et 06h00 ainsi que les publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes.

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



Type	Règles applicables
Abris destinés au public	Surface unitaire maximale ≤ 2 m² ; Surface totale ≤ 2 m² + 2 m² par tranche entière de 4,5 m² de surface abritée au sol ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Kiosques à journaux ou à usage commercial édifiés sur le domaine public	Surface unitaire maximale ≤ 2 m² ; Surface totale ≤ 6 m² ; Dispositifs publicitaires sur toit interdits.
Colonnes porte-affiches	ne peuvent supporter que l'annonce de spectacles ou de manifestations culturelles.
Mâts porte-affiches	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 ≤ 2 m².
Le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques	ne peut supporter une publicité commerciale excédant la surface totale réservée à ces informations et œuvres ; Si surface unitaire > 2 m² et hauteur > 3 m alors : - 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 mètres au-dessus du niveau du sol, ni avoir une surface supérieure à 12 mètres carrés (8 m² si numérique) ; - 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.

La publicité sur les bâches

Les bâches comprennent :

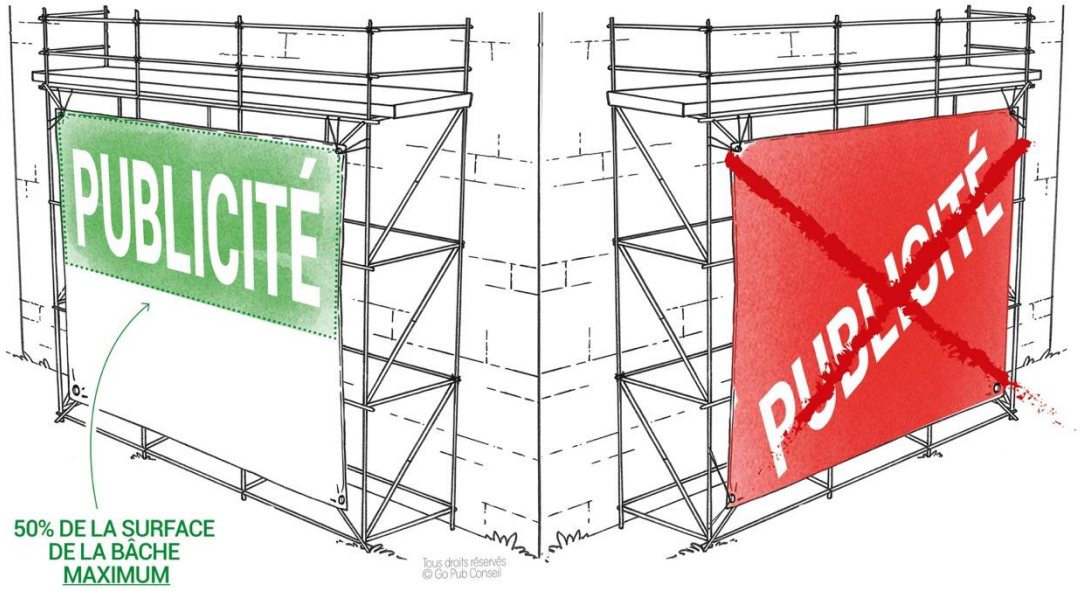
1° Les bâches de chantier, qui sont des bâches, comportant de la publicité, installées sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux ;
2° Les bâches publicitaires, qui sont des bâches comportant de la publicité autres que les bâches de chantier.

Les 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 50cm par rapport à l'échafaudage nécessaire à la réalisation de travaux.

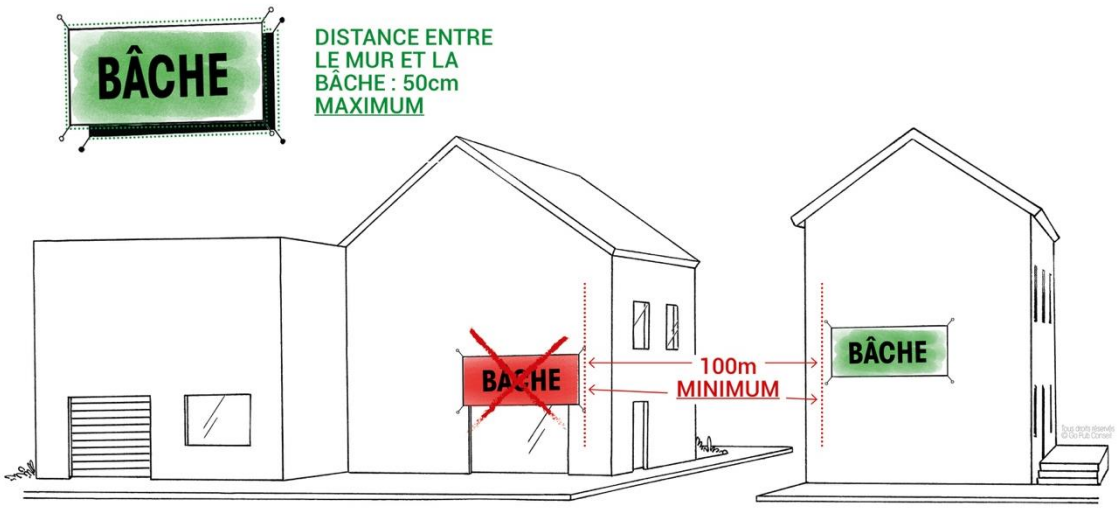
Durée de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier ≤ l'utilisation effective des échafaudages pour les travaux.

Surface de l'affichage publicitaire sur une bâche de chantier ≤ 50% de la surface de la bâche[28]



[28] l'autorité de police peut autoriser une surface plus importante dans le cadre de travaux donnant lieu au label BBC rénovation

Les bâches publicitaires peuvent être installées sur les seuls murs aveugles ou ceux comportant des ouvertures d'une surface unitaire inférieure à 0,5 m². 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 cm, 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 m.



D'autres règles de la publicité sur mur ou sur clôture s'appliquent à la publicité sur bâches notamment le fait qu'ils doivent être installés à plus de 50 cm du niveau du sol ou sur des murs aveugles.

Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles

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.

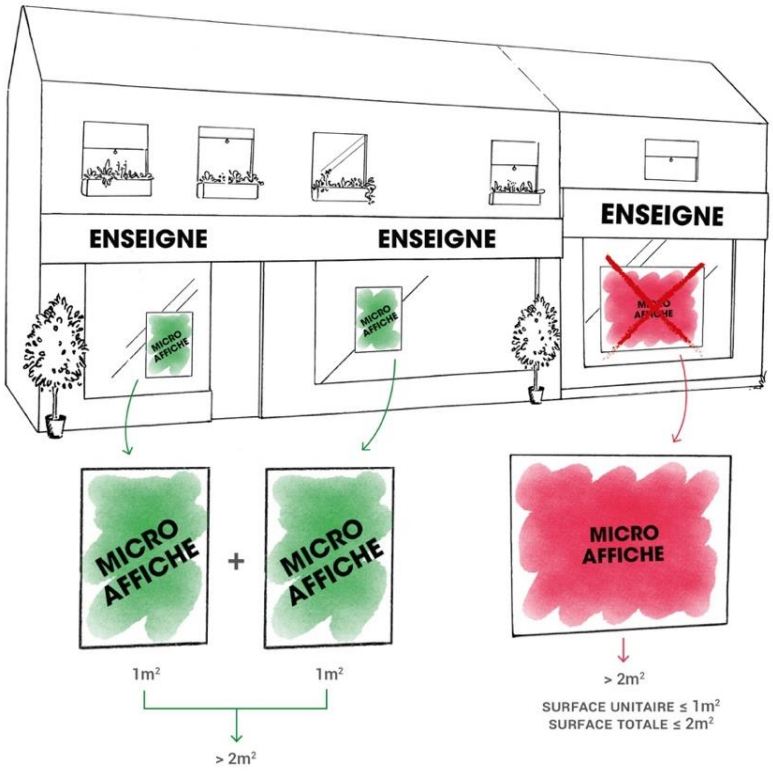
La durée d'installation de dispositifs de dimensions exceptionnelles ne peut excéder la période comprise entre un mois avant le début de la manifestation annoncée et quinze jours après cette manifestation.

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

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 cm du niveau du sol.

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales

Les dispositifs de petits formats intégrés à des devantures commerciales ont une surface unitaire inférieure à 1 mètre carré. Leurs surfaces cumulées ne peuvent recouvrir plus du dixième de la surface d'une devanture commerciale et dans la limite maximale de 2 mètres carrés.



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 cm du niveau du sol.

3.2. Les règles du Code de l'environnement en matière de préenseignes dérogatoires

Les préenseignes sont soumises aux dispositions qui régissent la publicité.

Toutefois, par dérogation à l'interdiction de la publicité en dehors des agglomérations, peuvent être signalés par des préenseignes dérogatoires :

- les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales,
- les activités culturelles,
- les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite,
- à titre temporaire, les opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

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).

	Activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales	**Activités culturelles**	**Monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite**	**Préenseignes 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 dispositif 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	Aucune
Lieu d'implantation	Hors agglomération uniquement			Hors agglomération et dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants et ne fait pas partie d'une unité urbaine de plus de 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

3.3. Les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes

Une enseigne doit être :

- constituée par des matériaux durables,
- maintenue en bon état de propreté, d'entretien, de fonctionnement, par la personne exerçant l'activité qu'elle signale.
- supprimée par la personne qui exerçait l'activité signalée et les lieux sont remis en état dans les 3 mois de la cessation de cette activité (sauf lorsqu'elle présente un intérêt historique, artistique ou pittoresque).

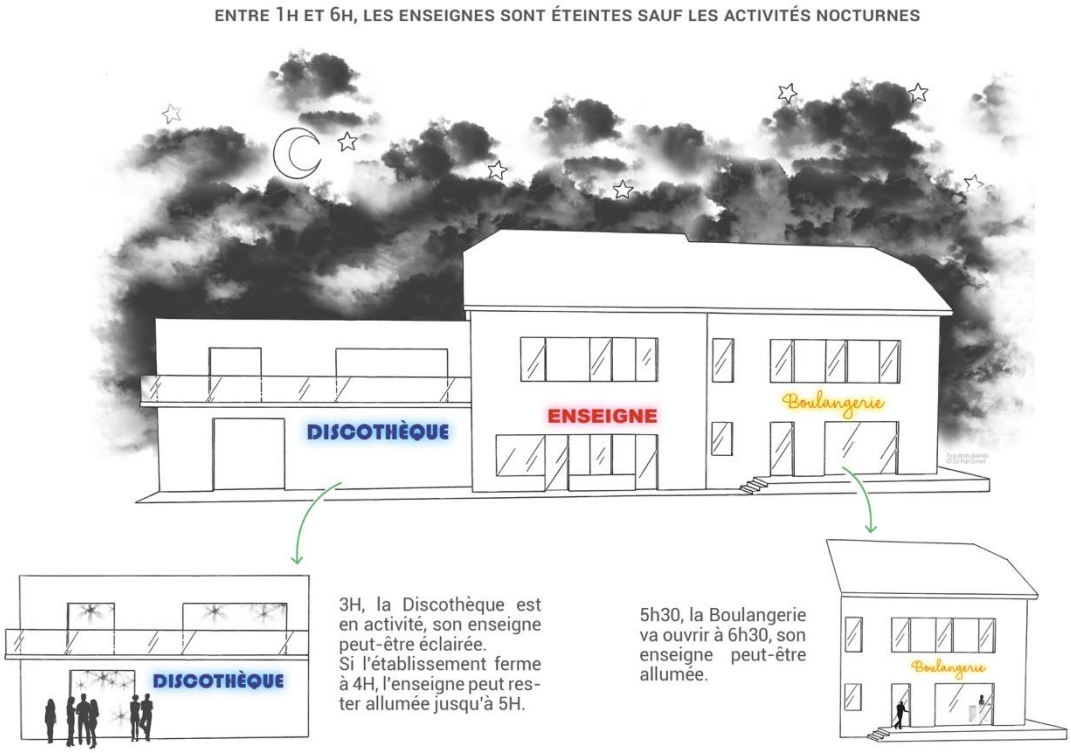
Les enseignes lumineuses

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 ministériel[29].

Elles sont éteintes[30] 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.



[29] arrêté non publié à ce jour

[30] l'article R581-59 prévoit qu'il peut être dérogé à cette obligation d'extinction lors d'événements exceptionnels définis par arrêté municipal ou préfectoral

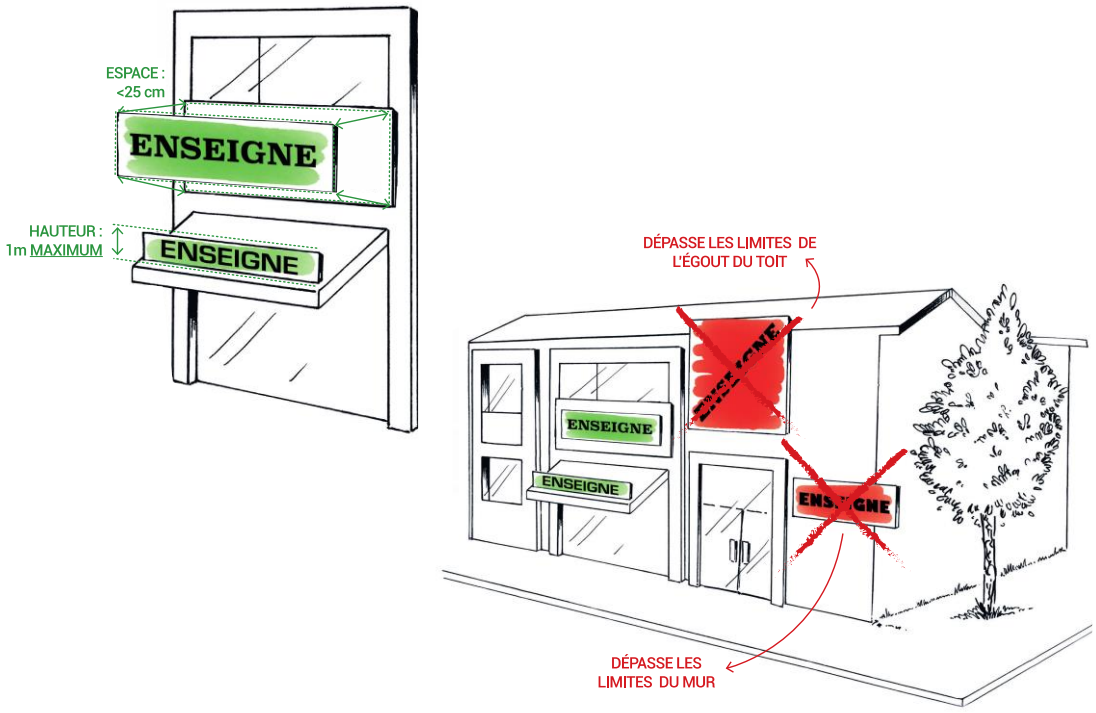
Les enseignes apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

Elles ne doivent pas :

- dépasser les limites de ce mur,
- constituer par rapport à lui une saillie de plus de 25 cm,
- dépasser les limites de l'égout du toit.

Des enseignes peuvent être installées :

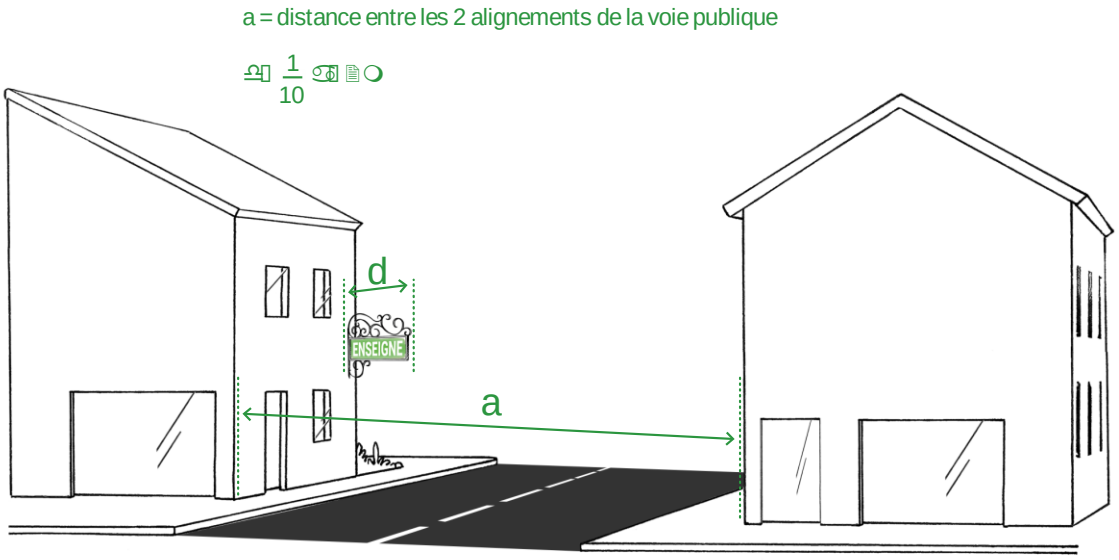
- sur un auvent ou une marquise si leur hauteur ne dépasse pas un mètre,
- devant un balconnet ou une baie si elles ne s'élèvent pas au-dessus du garde-corps ou de la barre d'appui du balconnet ou de la baie,
- sur le garde-corps d'un balcon si elles ne dépassent pas les limites de ce garde-corps et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



Les enseignes perpendiculaires au mur

Elles ne doivent pas :

- dépasser la limite supérieure de ce mur,
- être apposées devant une fenêtre ou un balcon,
- constituer 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 2 m).

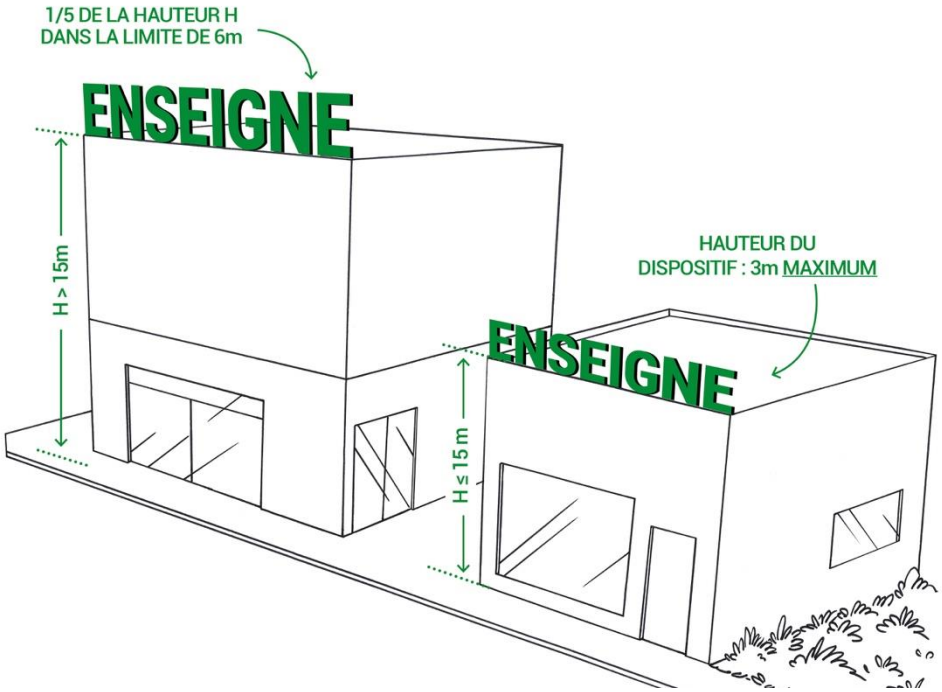


Les enseignes installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

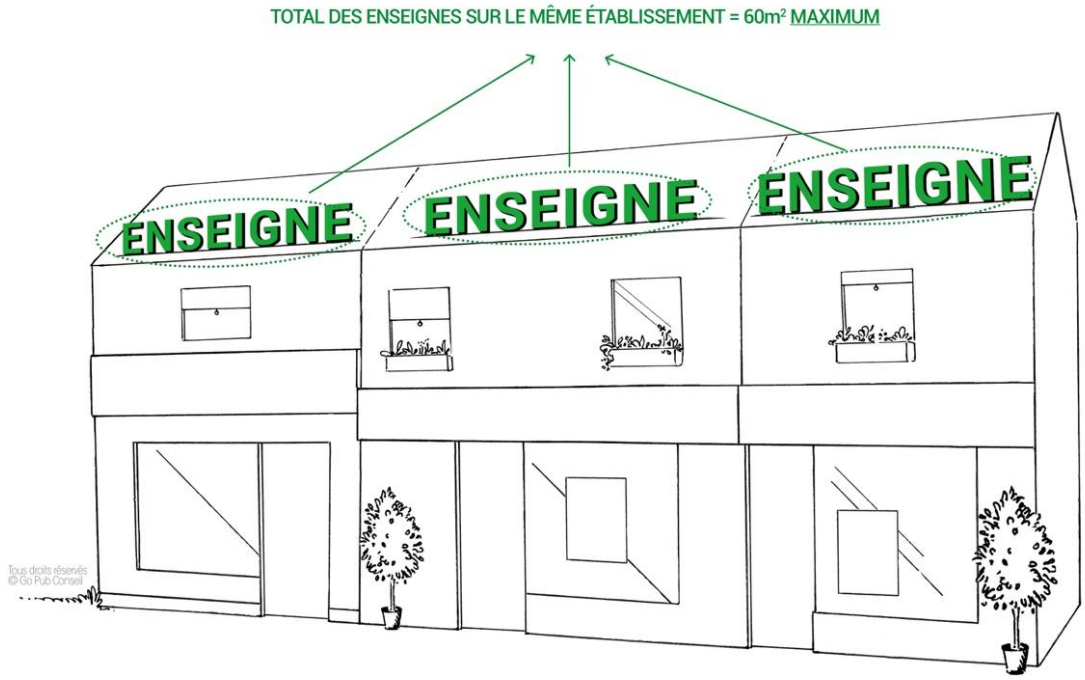
Lorsque les activités qu'elles signalent sont exercées dans la moitié ou moins de la moitié du bâtiment qui les supporte, leur installation est régie par les prescriptions applicables, dans les lieux considérés, aux dispositifs publicitaires sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu.

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 0,50 m de haut.

	Hauteur maximale des enseignes sur toiture
Hauteur de la façade ≤ 15 m	3 m
Hauteur de la façade > 15 m	1/5 de la hauteur de la façade dans la limite de 6 m



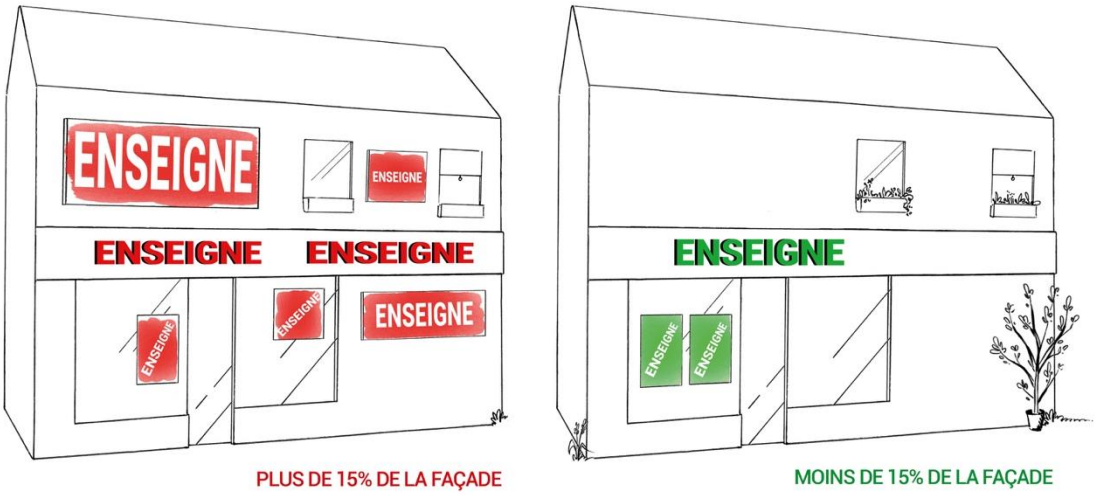
Surface cumulée[31] des enseignes sur toiture d'un même établissement ≤ 60 m²



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

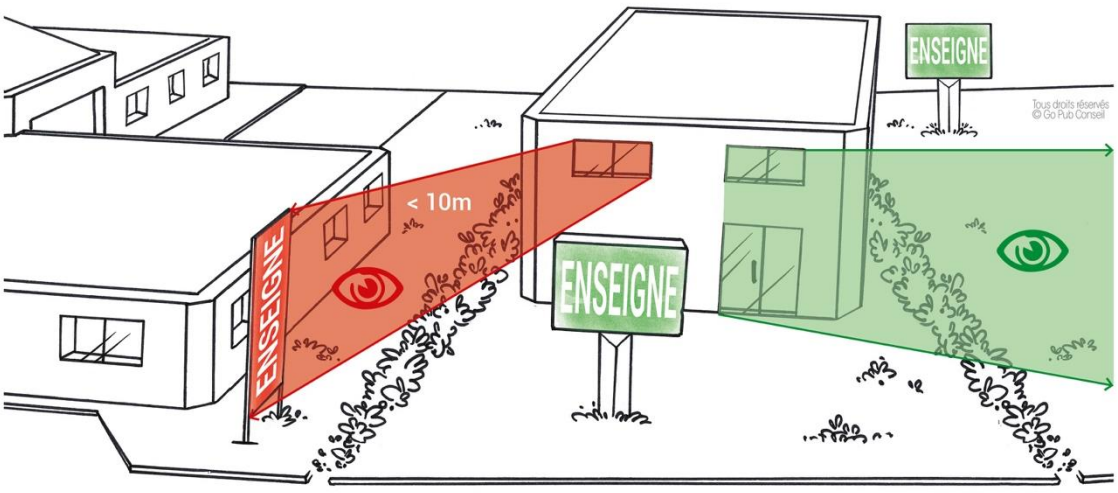
Les enseignes apposées sur une façade commerciale

Les enseignes apposées sur une façade commerciale d'un établissement ne peuvent avoir une surface cumulée[32] excédant 15 % de la surface de cette façade. Toutefois, cette surface peut être portée à 25 % lorsque la façade commerciale de l'établissement est inférieure à 50 m².
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.



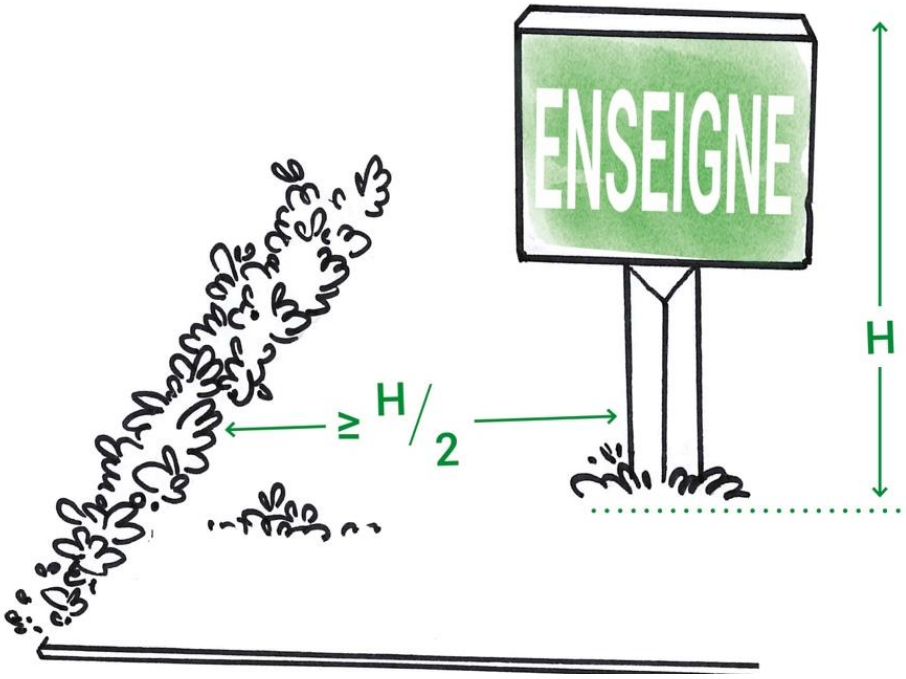
Les enseignes, de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol

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

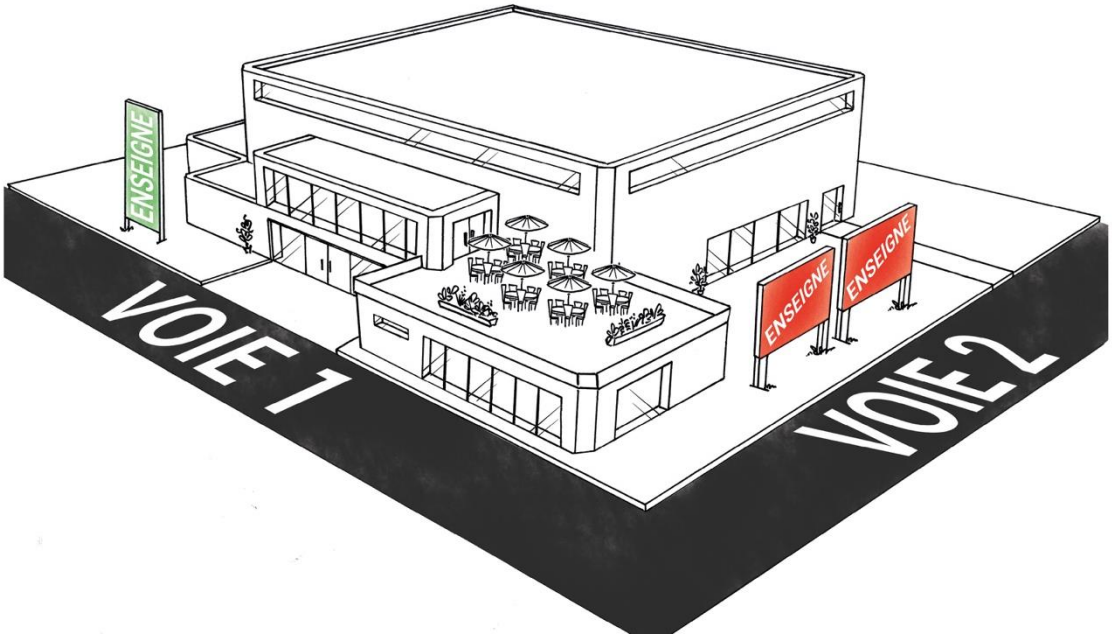


[32] Cette règle ne s'applique pas aux activités culturelles de spectacles vivants, de spectacles cinématographiques ou d'enseignement et d'exposition d'arts plastiques

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.



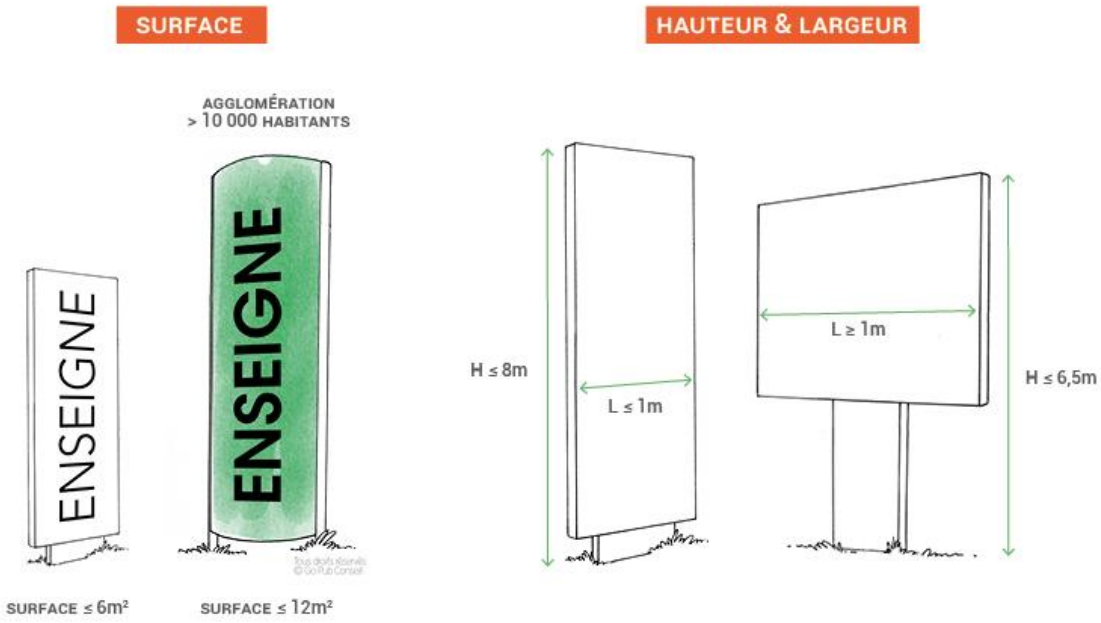
Les enseignes de plus de 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limitées en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée.



La surface unitaire maximale des enseignes de plus de 1 m², scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 m². Elle est portée à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10000 habitants.

Ces enseignes ne peuvent dépasser :

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



3.4. Les règles du Code de l'environnement en matière d'enseignes et préenseignes temporaires

Sont considérées comme enseignes ou préenseignes temporaires :

1° Les enseignes ou préenseignes qui signalent des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;

2° Les enseignes ou préenseignes 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 3 semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être retirées 1 semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

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 éteintes[33] 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 ministériel[34].

Les enseignes temporaires apposées à plat sur un mur ou parallèlement à un mur

- Saillie ≤ 25 cm
- Ne doit pas dépasser les limites du mur support
- Ne doit pas dépasser les limites de l'égout du toit

Les enseignes temporaires perpendiculaires au mur

- Ne doit pas dépasser la limite supérieure du mur support
- Saillie ≤ 1/10ème de la distance séparant deux alignements de la voie publique dans la limite de 2 m

Les enseignes temporaires installées sur toiture ou sur terrasse en tenant lieu

- Surface totale ≤ 60 m²

Les enseignes temporaires de plus de 1 mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol

- Une seule 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 ≤ 12 m² (si 2° alinéa)

[33] il peut être dérogé à cette interdiction lors d'événements exceptionnels par arrêté municipal ou préfectoral
[34] arrêté non publié à ce jour

3.5. L'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif

Le maire est chargé de déterminer, par arrêté, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Ces dispositifs sont exemptés de toutes redevances ou taxes.

La surface allouée par commune pour ce type d'affichage est de :
1° 4 m^2 pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
2° 4 m^2 plus 2 m^2 par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
3° 12 m^2 plus 5 m^2 par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

Dans le cas de la Commune de Chelles, qui compte 54 917 habitants[35], la collectivité doit disposer d'un minimum de 32 m^2 réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Soit 12 m^2 pour la 1ère tranche de 10 000 habitants et 20 m^2 pour les 4 tranches de 10 000 habitants supplémentaires.

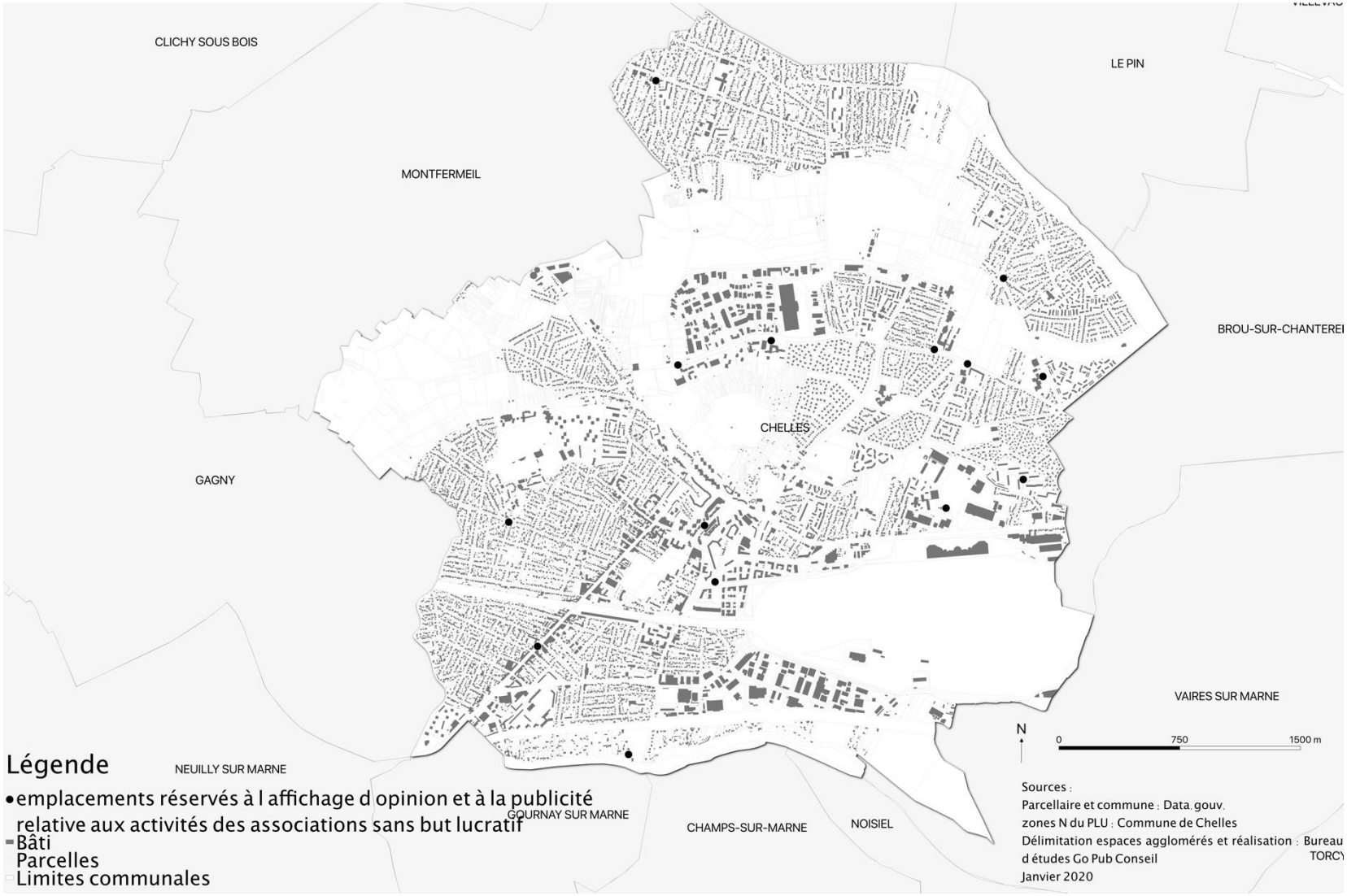
En l'espèce, la Commune de Chelles dispose de 16 emplacements d'affichage d'opinion et de publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Ces emplacements représentent environ 34 m^2 d'affichage. La ville de Chelles est donc en conformité avec les obligations fixées dans le Code de l'environnement.

En matière d'emplacement, ces dispositifs peuvent être installés librement sur le domaine public, en surplombs de celui-ci ou sur le domaine privé communal sous réserve que le ou les emplacements réservés soient disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un d'eux au moins.

Dans le cas de Chelles, la carte ci-jointe montre les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

[35] Données démographiques issues du recensement 207 de l'INSEE

Localisation des emplacements réservés à l affichage d opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sur la commune de Chelles



3.6. La règlementation locale

Il convient de rappeler qu'à ce jour, la Commune de Chelles dispose d'un règlement local de publicité approuvé le 27 juillet 2010. Il s'agit donc d'un RLP dit de « *1ère génération* », adopté sous la période transitoire. A ce titre, il n'a pas été frappé de caducité en juillet 2020. Les compétences d'instruction et de police, dévolues à la commune, peuvent donc être maintenues par le Maire durant toute la durée de la révision de RLP, sans transfert au Préfet.

Pour rappel, la réforme de la loi « *Grenelle II* » et ses décrets d'application, ont supprimé notamment les zones de publicités restreintes, les zones de publicités élargies et les zones de publicités autorisées. Le Code de l'environnement dispose désormais dans son article L581-14 que « *le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une règlementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national*[36] ».

Le RLP de 2010 institue 4 Zones de Publicités Restreintes (ZPR1 à ZPR4) sur le territoire de Chelles :

- La ZPR1 couvre les zones d'entrées et commerciales de la ville ;
- La ZPR2 couvre les axes de voiries urbaines de la ville ;
- La ZPR3 couvre l'ensemble de la commune en dehors des ZPR1, ZPR2 et ZPR4 ;
- La ZPR4 couvre les secteurs les plus sensibles de la ville.

Dans un premier temps, le RLP s'attache à définir la terminologie de certains mots employés dans le RLP. Ainsi les définitions de publicités, enseignes, préenseignes, publicités lumineuses et mobiliers urbains sont rappelées. Pour alléger la partie règlementaire du RLP le rappel des obligations de déclarations et autorisations préalables pourra être fait dans le cadre du présent rapport de présentation[37]. Ces éléments relèvent de la règlementation nationale et pourront être rappelés dans les annexes et/ou le rapport de présentation du futur RLP.

En effet, le RLP n'a pas pour objectif de reprendre ou réécrire les dispositions prévues par le Code de l'environnement. Un tel exercice peut induire des erreurs de retranscription qui pourraient aller à l'encontre de la règlementation nationale.

La règlementation locale mise en place par le RLP de 2010 est déclinée en tableau de synthèse pour faciliter la lecture.

[36] Article L.581-14 du Code de l'environnement
[37] Régime des autorisations et déclarations préalables

En fonction des zones, le RLP règlemente de manière distincte les publicités et préenseignes :

	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZP4
Interdictions / Dérogations			Toute publicité est interdite sauf sur mobilier urbain	Toute publicité est interdite y compris sur mobilier urbain
Publicité sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Non-précisé – Règles nationales			
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	12 m² / 6 m de hauteur au sol Bardage	12 m² / 6 m de hauteur au sol Bardage		
Densité - Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	1 par unité foncière avec un linéaire minimum de 30 m + 1 dispositif par tranche de 150 m dans la limite de 2	1 par unité foncière avec un linéaire minimum de 40 m		
Publicité apposée sur mur ou clôture	Règles nationales (surface/ hauteur / installation) + Ne pas excéder la hauteur de la clôture	Interdite		
Densité	1 seule par pignon			
Publicité sur mobilier urbain	Non-précisé – Règles nationales		Publicité sur mobilier urbain limitée à 2 m² et 3 m de hauteur	
Publicité numérique	Publicité lumineuse interdite sauf éclairage par transparence ou de façon indirecte			
Bâche publicitaire	Non-précisé – Règles nationales			
Publicité sur palissade de chantier	12 m² / 4 m de hauteur / pas de dépassement du bord supérieure à plus d'1/3 de leur hauteur totale / installation à 0,50 m du sol minimum			
Extinction nocturne	Non-précisé – Règles nationales			

En matière d'enseignes, le RLP règlemente les enseignes sur l'ensemble du territoire de la manière suivante :

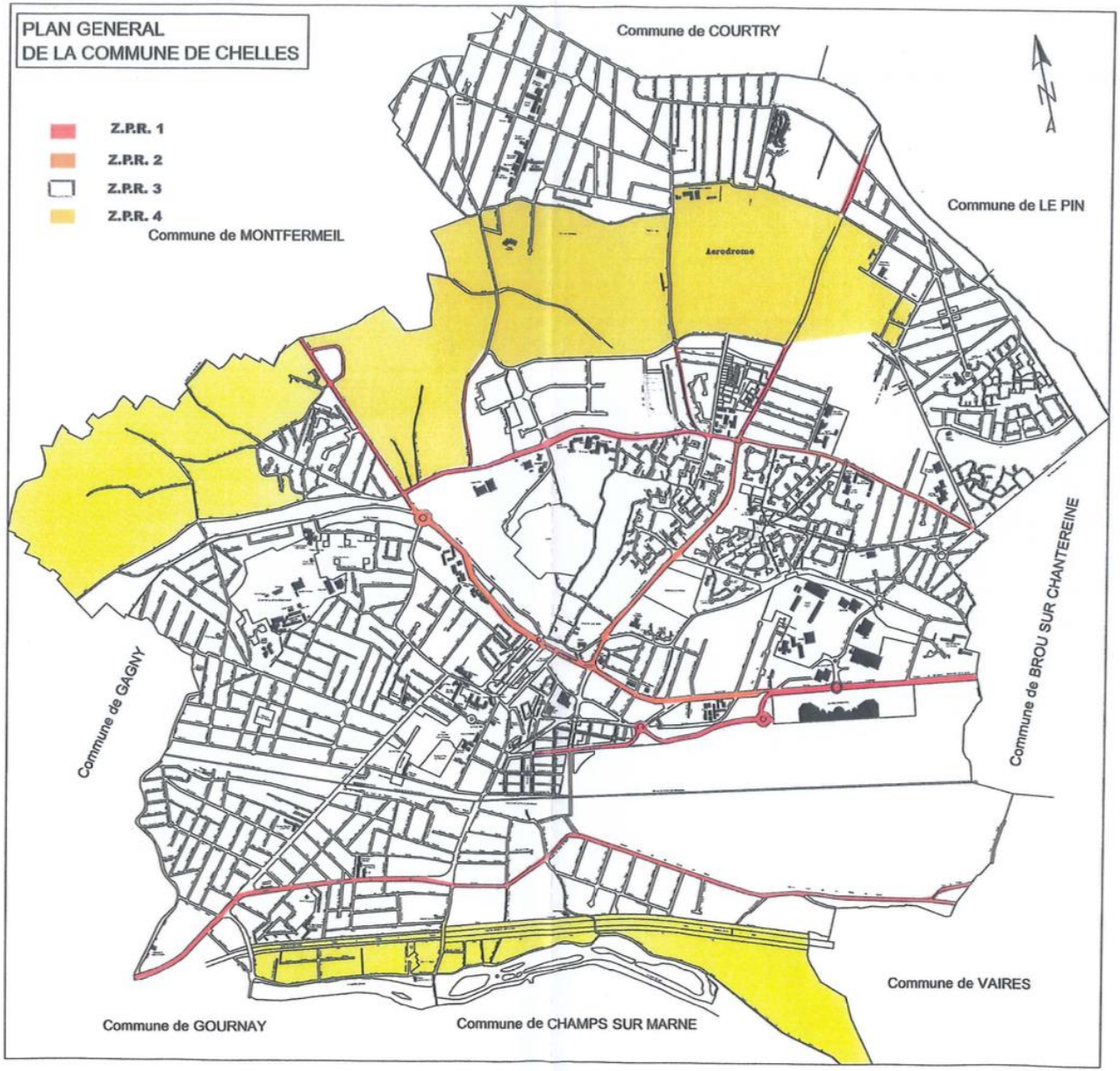
	ZPR1	ZPR2	ZPR3	ZP4
Interdictions				
Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu	Non-précisé – Règles nationales			
Enseigne parallèle au mur	1 enseigne parallèle par façade autorisée / Dérogation possible en cas d'organisation architecturale particulière.			
Enseigne perpendiculaire au mur	1 enseigne perpendiculaire dans la limite de 1 m^2 / Saillie limitée à 1m / 1 enseigne supplémentaire autorisée par établissement dont le linéaire excède 30 m. Si immeubles mixtes activités / habitations, l'enseigne ne pourra être apposée à plus de 5 m au-dessus du sol.			
Enseigne de plus d'1m^2 scellée au sol ou installée directement sur le sol	12 m^2 / 6 m de hauteur au sol			Interdite
Enseigne inférieure ou égale à 1 m^2 scellée au sol ou installée directement sur le sol	Non-précisé – Règles nationales			Interdite
Enseigne sur clôture	Non-précisé – Règles nationales			
Extinction nocturne	Non-précisé – Règles nationales			

Un certain nombre d'enseignes n'est pas encadré par le RLP et certaines règles peuvent être particulièrement impactantes pour les commerces.

En effet, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées sur l'ensemble du territoire alors qu'il s'agit de dispositifs, du fait de leur format et caractéristiques, très impactants pour le paysage. Ces enseignes peuvent avoir un format maximum allant jusqu'à 60m^2. Le futur RLP pourra limiter voire interdire ces enseignes sur tout ou partie du territoire.

La limitation à une enseigne parallèle par façade d'activité peut également être très restrictive en fonction des commerces et de leur localisation. Cette règlementation pourra néanmoins être préservée et adaptée à un secteur spécifique éventuellement.

Globalement, le RLP de Chelles traduit une réelle volonté de limiter l'impact des dispositifs publicitaires et d'enseignes sur son territoire. En effet, la majorité du territoire ne peut supporter que de la publicité apposée sur mobilier urbain de petit format. Cet acquis du RLP sera à préserver dans la future règlementation locale.


PLAN GENERAL
DE LA COMMUNE DE CHELLES
Z.P.R. 1
Z.P.R. 2
Z.P.R. 3
Z.P.R. 4
Commune de COURTRY
Commune de LE PIN
Commune de MONTFERMEIL
Aérodrome
Commune de GAGNY
Commune de BROU SUR CHANTEREINE
Commune de VAIRES
Commune de GOURNAY
Commune de CHAMPS SUR MARNE

4. Régime des autorisations et déclarations préalables

4.1. 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.

4.2. 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 préenseignes 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. *Les 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
Compétence de police	Préfet	Maire

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'Etat	Maire au nom de la commune
Compétence de police	Préfet	Maire

6. *Les compétences en matière de publicité extérieure*

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(i)) et en fonction du type de dispositif en infraction (Publicités et préenseignes ou enseignes). Les délais de mise en conformité sont retranscrits dans le tableau ci-dessous :

	Infraction au Code de l'environnement	Infraction au RLP
Publicités et préenseignes	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

II. Diagnostic du parc d'affichage

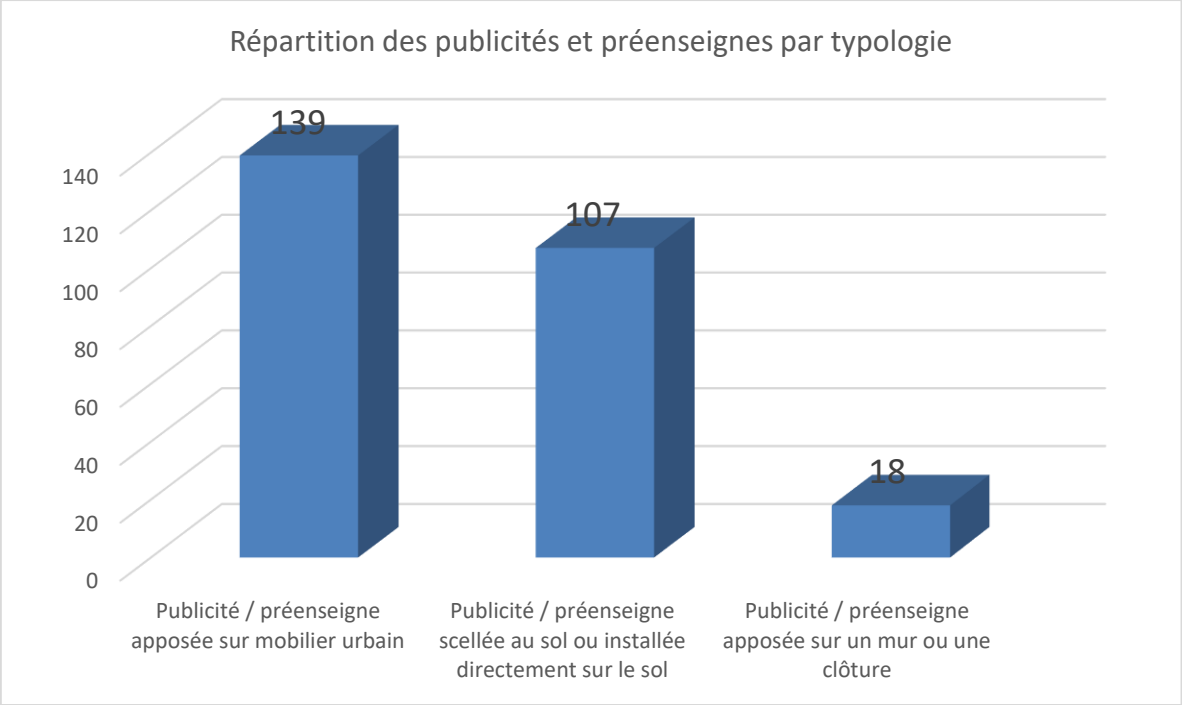
Un inventaire des publicités, préenseignes et des enseignes situées sur le territoire de Chelles a été effectué en Juin 2020. C'est sur la base de ces données que le diagnostic du règlement local de publicité a été réalisé.

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 règlementation locale renforcée sur le territoire de Chelles.

1. Les caractéristiques des publicités et préenseignes

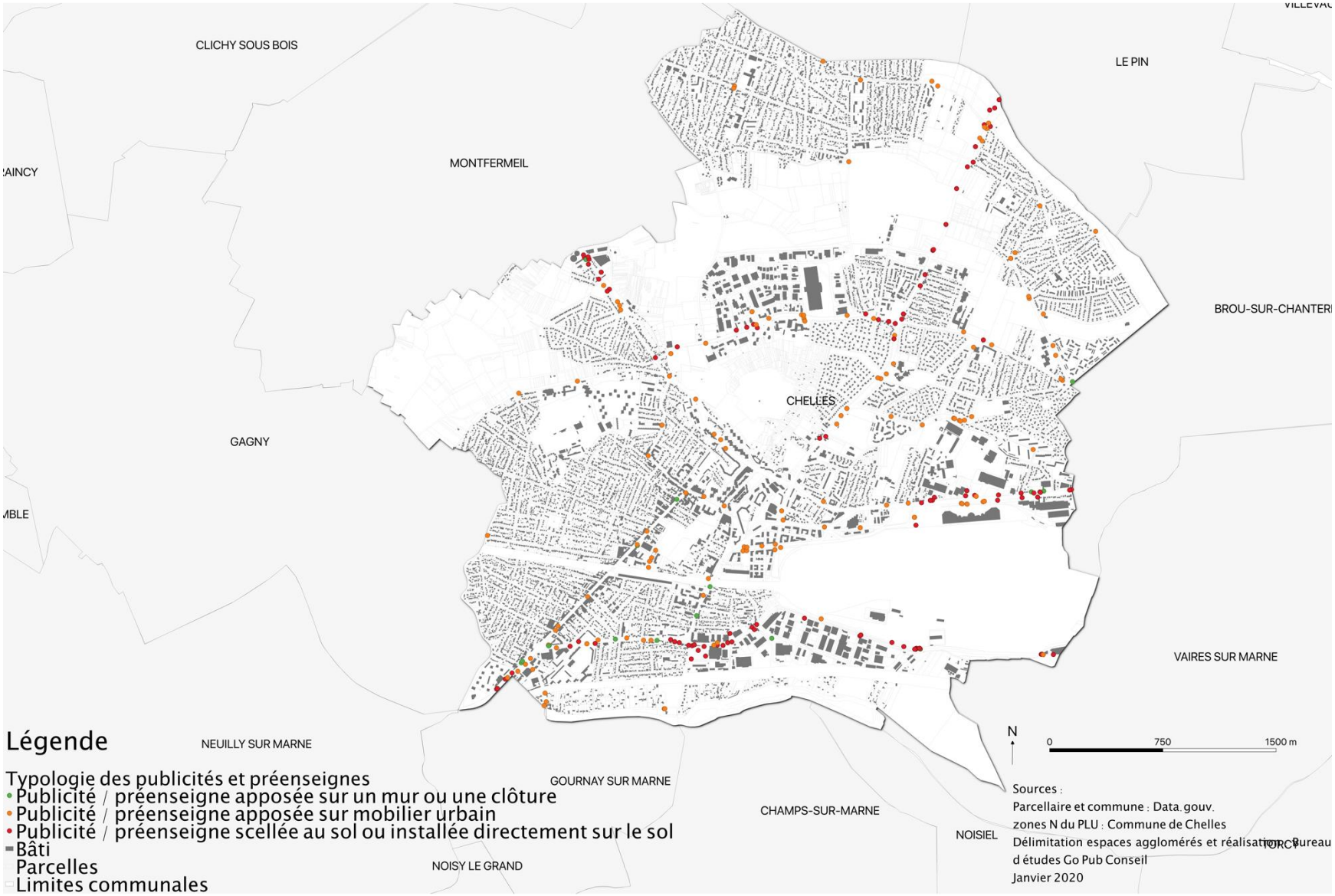
Le parc publicitaire est en permanente évolution du fait notamment des campagnes d'affichage régulièrement menées. De ce fait, un dispositif publicitaire peut accueillir alternativement une publicité et une préenseigne. De plus, les règles applicables aux publicités et préenseignes sont identiques à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

264 publicités et préenseignes ont été recensées sur le territoire communal. Elles représentent au total environ 1 380 m² de surface d'affichage.



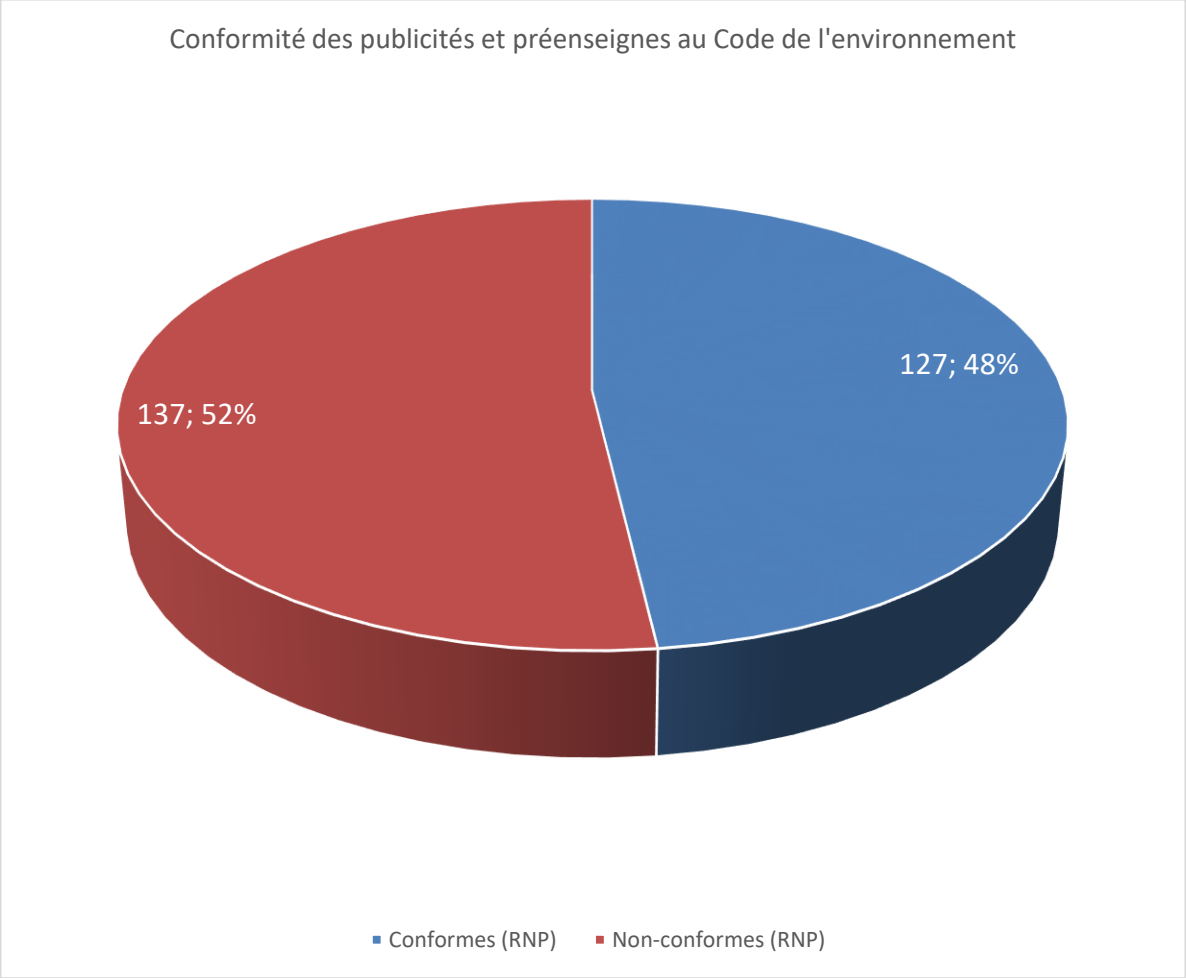
Le graphique ci-dessus illustre la répartition des publicités et préenseignes de Chelles en fonction de leur type. Les publicités ou préenseignes apposées sur mobilier urbain représentent 53% du parc d'affichage de la commune. Quant aux dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol, ils représentent la seconde majorité des dispositifs recensés (40% des dispositifs de la commune). Les publicités apposées sur mur ou sur clôture sont nettement moins présentes sur le territoire communal (7%).

Localisation des publicités et préenseignes relevées sur la commune de Chelles

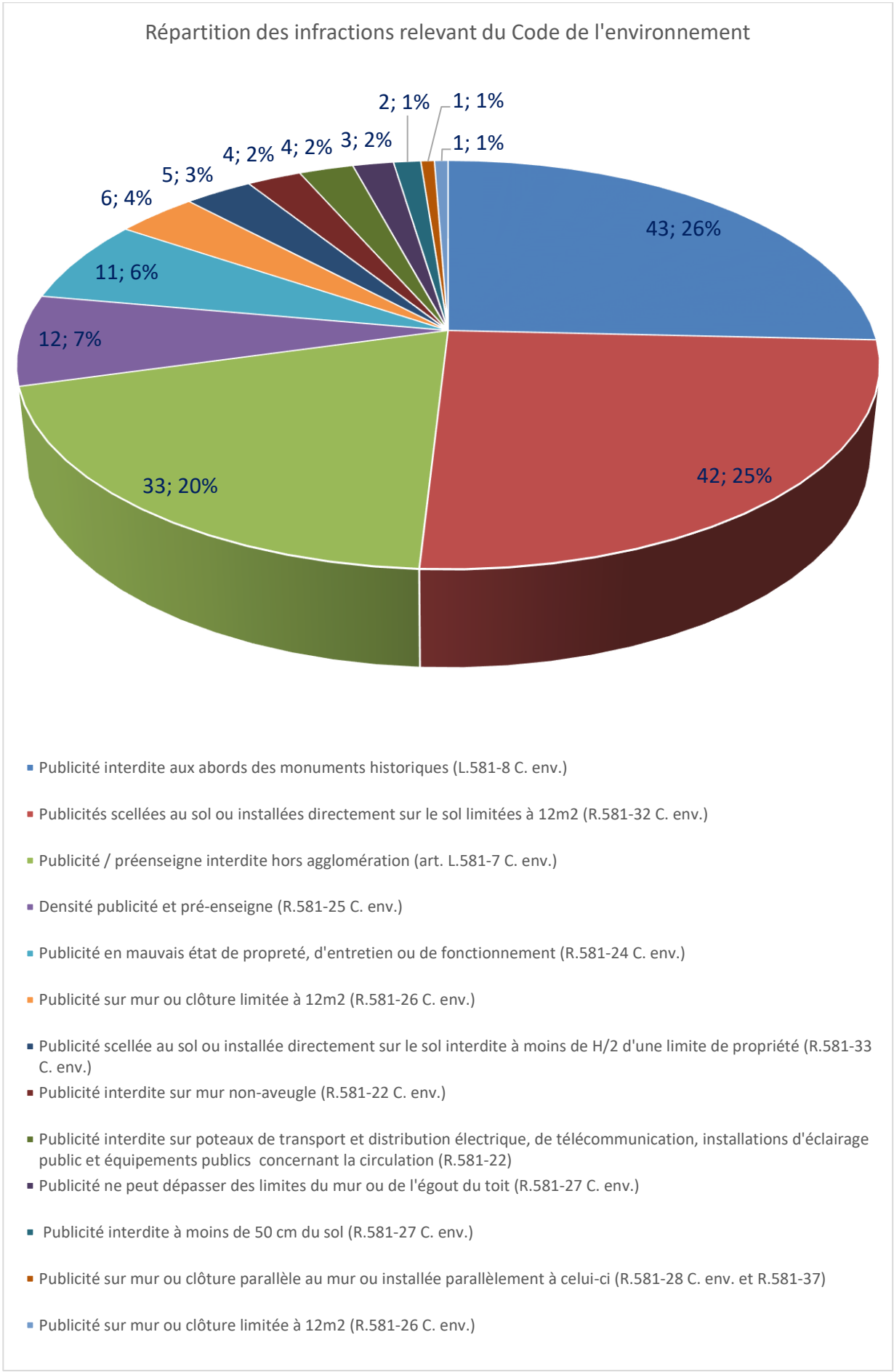


Conformément au RLP actuellement en vigueur, la majorité des dispositifs publicitaires et des préenseignes est concentrée sur les axes structurants dont : Route de Montfermeil (D224), Rue du Tir, Avenue du Claye (D34), Avenue Gendarme Castermant (D934), Chemin du Corps de Garde (D34A), Avenue Sylvie (D34A), Avenue Général de Gaulle (D934), Avenue du Maréchal Foch (D934). Ces axes correspondent à la délimitation de la ZPR1 du RLP de Chelles. Il s'agit du secteur le plus permissif en termes d'implantations des publicités et des préenseignes.

Le diagnostic des publicités et préenseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate que 137 dispositifs sont non-conformes au Code de l'environnement, ce qui représente 52% des publicités et préenseignes de Chelles. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On compte donc 137 dispositifs non-conformes pour 167 infractions. Les 167 infractions sont réparties de la manière suivante :


Répartition des infractions relevant du Code de l'environnement
43; 26%
42; 25%
33; 20%
12; 7%
11; 6%
6; 4%
5; 3%
4; 2%
4; 2%
3; 2%
2; 1%
1; 1%
1; 1%
Publicité interdite aux abords des monuments historiques (L.581-8 C. env.)
Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol limitées à 12m2 (R.581-32 C. env.)
Publicité / préenseigne interdite hors agglomération (art. L.581-7 C. env.)
Densité publicité et pré-enseigne (R.581-25 C. env.)
Publicité en mauvais état de propreté, d'entretien ou de fonctionnement (R.581-24 C. env.)
Publicité sur mur ou clôture limitée à 12m2 (R.581-26 C. env.)
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol interdite à moins de H/2 d'une limite de propriété (R.581-33 C. env.)
Publicité interdite sur mur non-aveugle (R.581-22 C. env.)
Publicité interdite sur poteaux de transport et distribution électrique, de télécommunication, installations d'éclairage public et équipements publics concernant la circulation (R.581-22)
Publicité ne peut dépasser des limites du mur ou de l'égout du toit (R.581-27 C. env.)
Publicité interdite à moins de 50 cm du sol (R.581-27 C. env.)
Publicité sur mur ou clôture parallèle au mur ou installée parallèlement à celui-ci (R.581-28 C. env. et R.581-37)
Publicité sur mur ou clôture limitée à 12m2 (R.581-26 C. env.)

Les principales causes d'infractions sont :

- L'installation de dispositifs publicitaires au sein des périmètres de protection des monuments historiques ;
- L'installation de publicité dont le format excède 12 m^2, la surface maximum fixée par le Code de l'environnement et le RLP actuel. Cette infraction s'explique par une clarification de la surface maximum des publicités et préenseignes effectuée par le Conseil d'Etat en 2016, puis confirmée en 2017[38]. Suite à ces jurisprudences, une instruction gouvernementale d'octobre 2019[39] est venue confirmer le fait que la surface maximum de 12 m^2 fixée par le Code de l'environnement doit s'entendre comme étant la surface « *hors tout* » (affiche + encadrement) et non comme la surface d'affiche ;
- L'installation de publicité et préenseignes dans des secteurs situés hors agglomération[40].

Ces 3 types d'infractions représentent, à elles seules, plus de 70% des infractions relevées sur la commune de Chelles.

Publicité apposée sur mobilier urbain, publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol et publicité apposée sur mur installées dans le périmètre de protection du Château de Gournay, Chelles, juin 2020 (de droite à gauche et de haut en bas).

[38] Conseil d'État, 20 octobre 2016, « *Commune de Dijon* », n°395494 ; Conseil d'État, 8 novembre 2017, « *SARL Oxial* », n°408801.

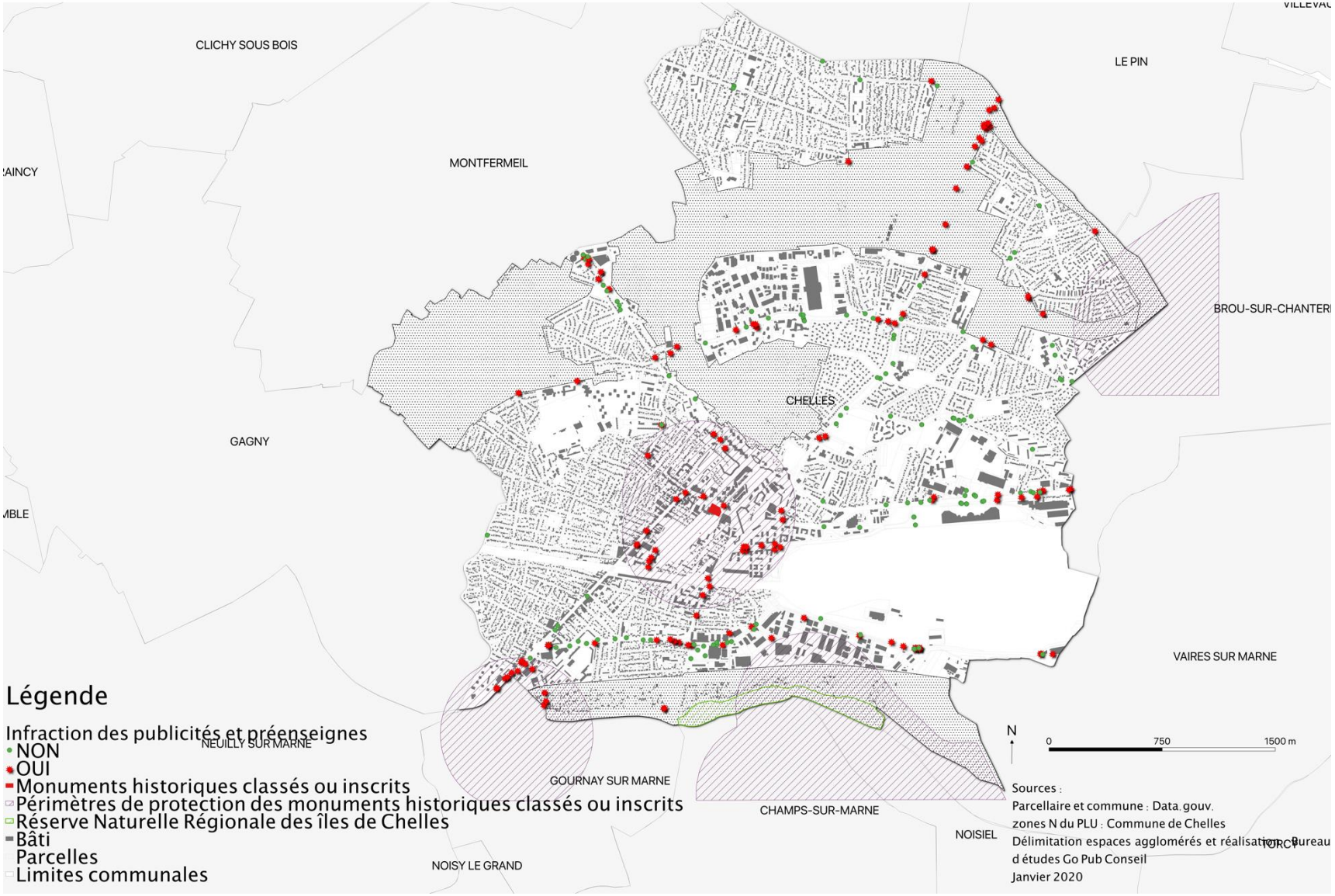
[39] Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul de la surface des dispositifs publicitaires

[40] 1.3 La notion d'agglomération

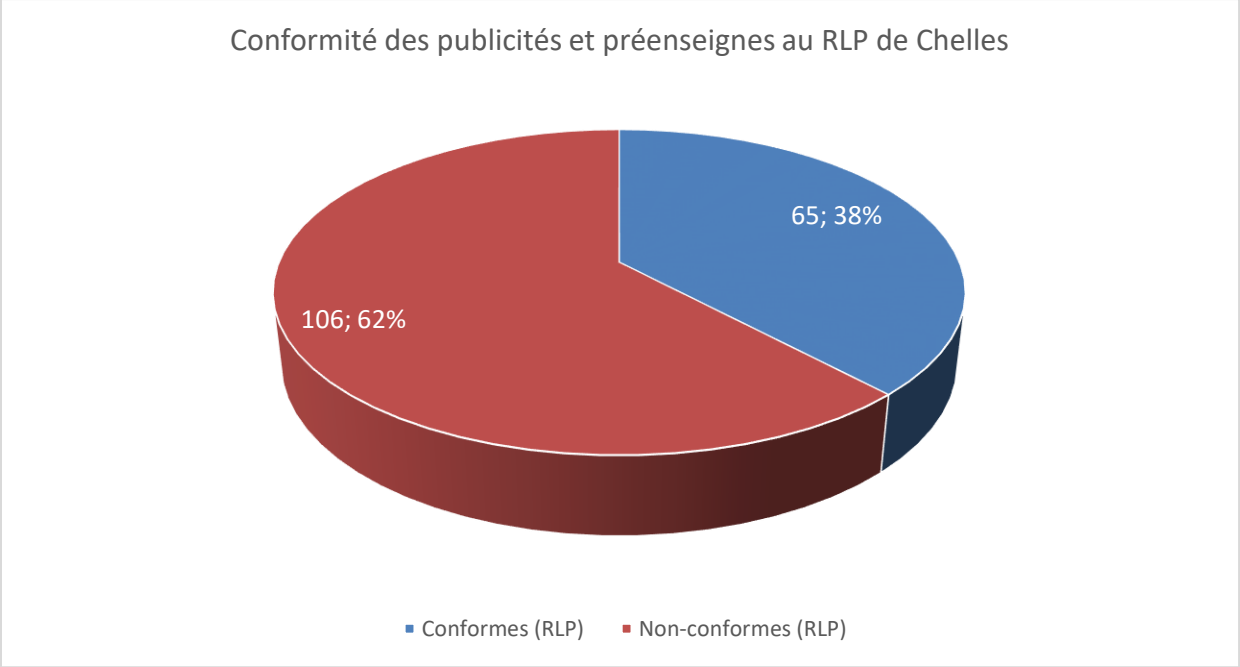
Publicité apposée sur mur et publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol dont la surface excède 12 m^2, Chelles, juin 2020.

Publicités apposées sur mobilier urbain et publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol implantées hors agglomération, Chelles, juin 2020 (de droite à gauche et de haut en bas).

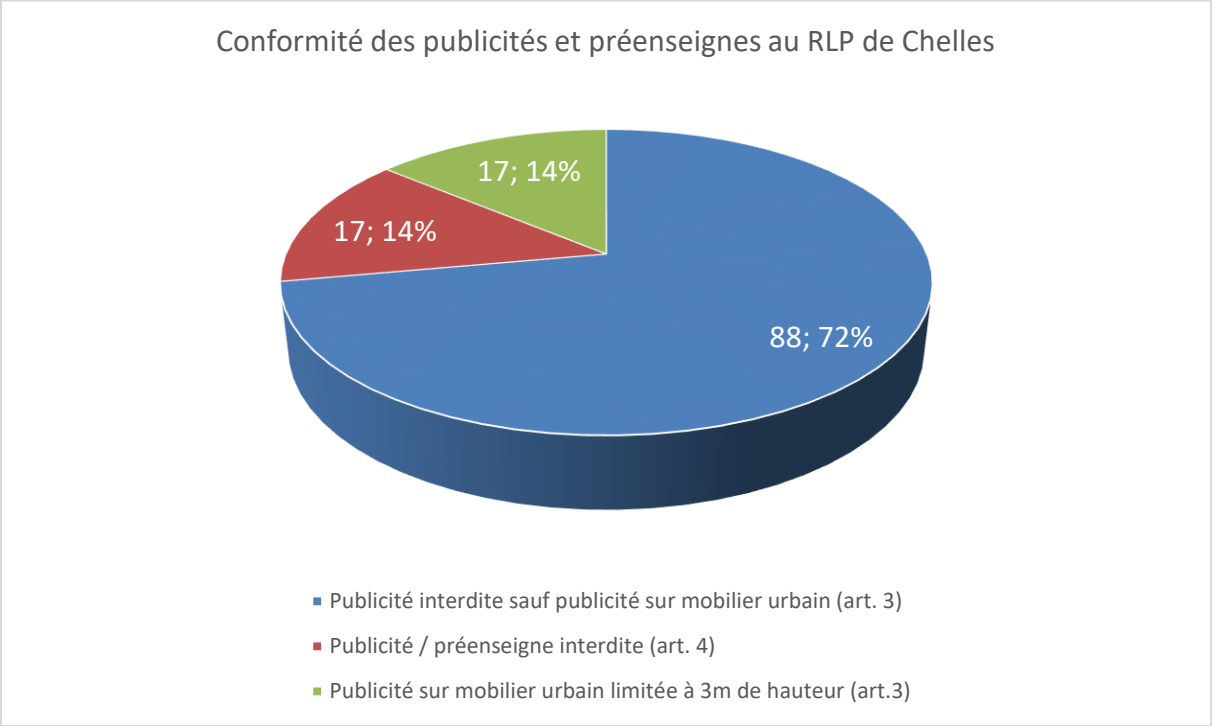
Localisation des publicités et préenseignes en infractions au Code de l environnement relevées sur la commune de Chelles



Outre ces infractions à la règlementation nationale, le recensement de terrain a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au RLP en vigueur.



On constate 106 dispositifs non-conformes au RLP de Chelles, ce qui représente 62% des publicités et préenseignes de la commune. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On compte donc 106 dispositifs non-conformes pour 122 infractions. Les 122 infractions sont réparties de la manière suivante :

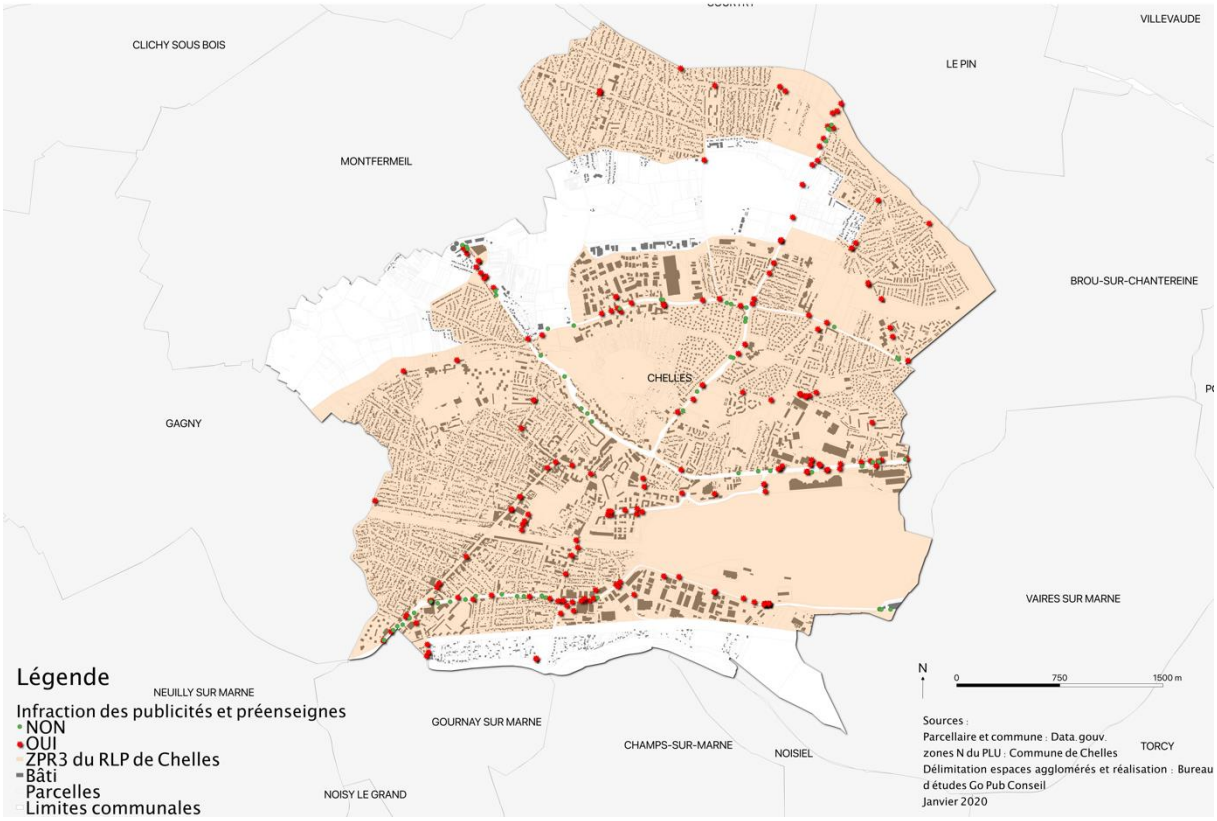


Vis-à-vis du RLP de Chelles, la principale cause d'infraction est :

- L'installation de publicité (sauf mobilier urbain) en ZPR3. En effet, le RLP de Chelles interdit l'implantation de toute publicité hors mobilier urbain sur cette zone couvrant la majorité du territoire.

Cette infraction à elle seule représente plus de 70% des infractions.

Localisation des publicités et préenseignes en infractions au RLP relevées sur la commune de Chelles

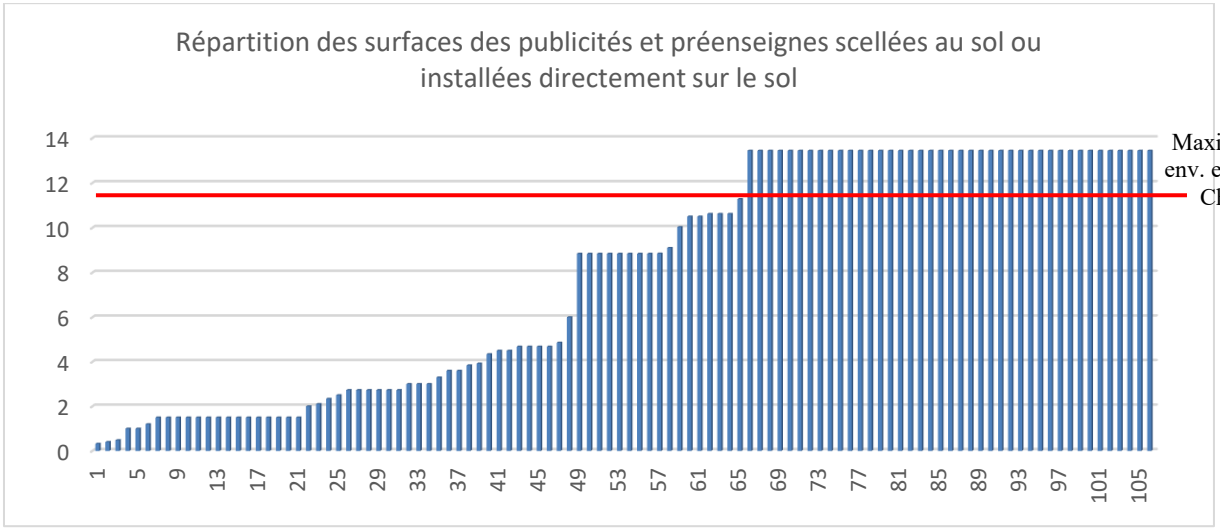


En tenant compte de la règlementation nationale et locale, 228 supports sont en infractions sur les 264 supports relevés sur le territoire de Chelles, soit environ 86% des dispositifs présents sur la commune.

La publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol représentent la seconde catégorie de publicité la plus recensée sur le territoire Chelles (40% des dispositifs de la commune).

Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol sur 2 pieds et mono-pieds, Chelles, juin 2020.



Répartition des dispositifs par tranche

TOTAL	Dispositifs de plus de 12 m²	Dispositifs entre 12 et 6 m²	Dispositifs entre 6 et 2 m²	Dispositifs de moins de 2 m²
107	42	17	26	22

On remarque que 42 dispositifs excèdent la surface de 12 m², format maximum autorisé par le RLP et par le Code de l'environnement depuis la réforme de la loi « *Grenelle II* ». Cela représente la majorité des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol (39%). A cela s'ajoute 16% de dispositifs dont la surface est comprise entre 12 et 6 m². 24% de supports ont une surface comprise entre 6 et 2 m². Il s'agit généralement de dispositifs exploités par des particuliers (ce ne sont pas des formats standardisés). Enfin, sur les dispositifs restants, 21% n'excèdent pas 2 m².

Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, format 0,5 m^2 et 2 m^2, Chelles, juin 2020.

Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, format 4 m^2, 1,5 et plus de 12 m^2, Chelles, juin 2020.

On retrouve également des publicités ne respectant pas les prescriptions d'implantations fixées par le Code l'environnement ou avec un impact important du fait de leurs caractéristiques.

Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, ne respectant pas la règle dite « *H/2* » et en mauvais état d'entretien, Chelles, juin 2020.

Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, avec passerelles fixes, Chelles, juin 2020.

Publicités installées sur équipements relatifs à la circulation routière, sur poteaux de transport d'électricité ou sur installations d'éclairage public, Chelles, juin 2020.

Les enjeux liés aux dispositifs publicitaires scellés au sol sont donc principalement leur format et éventuellement leur densité. En effet, la règle de densité du RLP de 2010 semble relativement bien respectée. Elle pourra donc être reprise en tout ou partie pour assurer une transition « *douce* » entre les 2 RLP. L'objectif est ici de préserver les bonnes pratiques du RLP de 2010. En effet, il est impératif de maintenir une règle de densité qui permette d'éviter la surenchère de dispositifs publicitaires.

Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, avec une densité forte et récurrence de dispositifs publicitaires impactante pour le paysage, juin 2020.

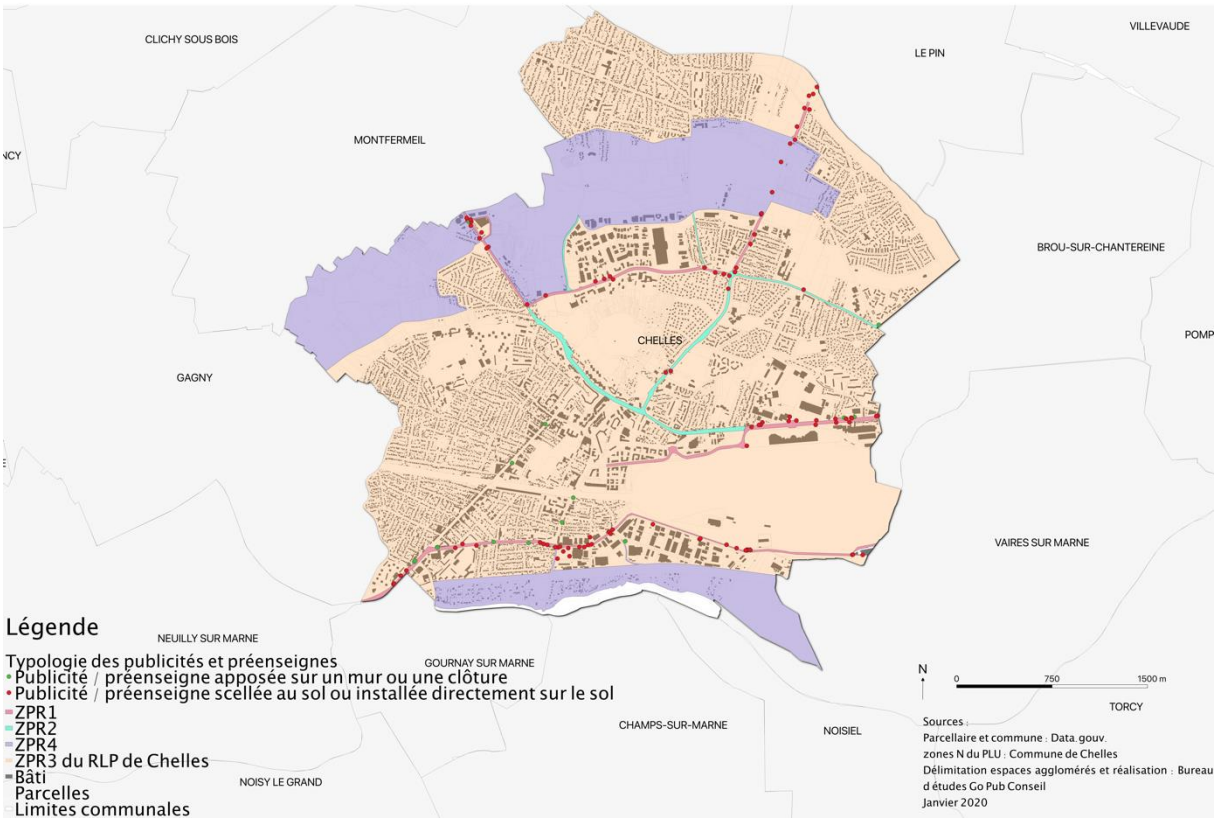
Il existe beaucoup de dispositifs publicitaires de très grand format (12 m^2 ou plus) sur le territoire. Le RLP pourra donc réduire ces surfaces d'affichage pour éviter un impact trop important sur le cadre de vie et les perspectives paysagères notamment en zone d'activités et le long des axes structurants. Beaucoup de collectivités instaurent une limitation de surface à 8m^2.

Publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol, grand format, Chelles, juin 2020.

Le futur RLP pourra donc préserver les espaces où la publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol est peu ou pas présente comme dans les deux agglomérations secondaires, les quartiers et zones pavillonnaires, mais également les ZPR qui excluaient déjà ce type de dispositif (ZPR3 du RLP de 2010). Le découpage des zones pourra être redéfini pour répondre à ces enjeux et à la volonté de la commune.

Dans ces secteurs, la préservation de l'état des paysages sera recherchée afin de ne pas les dégrader.

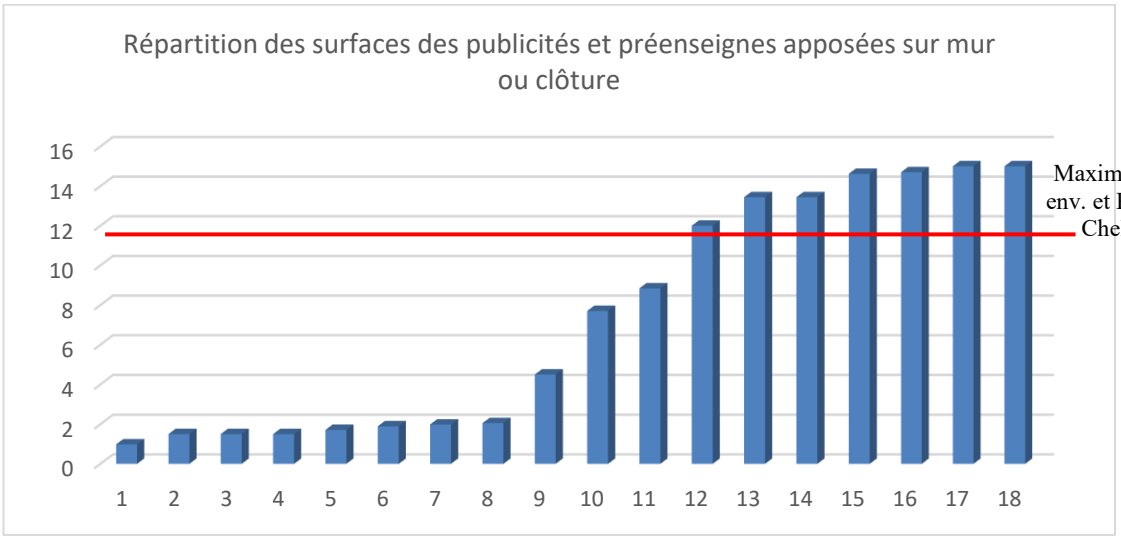
Localisation des publicités et préenseignes par rapport au RLP de la commune de Chelles



La publicité apposée sur un mur ou une clôture :

Les publicités apposées sur mur ou clôture ne représentent que 7% des dispositifs publicitaires relevés sur Chelles. Pourtant, il s'agit des dispositifs qui s'intègrent 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* »[41].

Publicité apposée sur mur ou clôture, Chelles, juin 2020.



Répartition des dispositifs par tranche

TOTAL	Dispositifs de plus de 12 m²	Dispositifs de 12 m²	Dispositifs entre 12 à 2 m²	Dispositifs de moins de 2 m²
18	6	1	4	7

On remarque qu'un seul dispositif a une surface comprise entre 12 et 8 m². Plusieurs dispositifs excèdent les 12 m² fixés par le RLP de 2010 de Chelles et par le Code de l'environnement depuis la loi « *Grenelle II* » (33%). Enfin, sur les dispositifs restants 40%, ont une surface de moins de 2 m².

[41] Instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités.

Les publicités sur mur ou clôture sont parfois impactées par les infractions liées à des dispositifs dépassant des limites de l'égout du toit ou installés sur des clôtures ou mur non-aveugles. Ces dernières sont généralement des publicités « *sauvages* » posées sans autorisation, parfois temporairement, souvent oubliées, et servant principalement de préenseignes pour guider les usagers vers une activité déterminée.

Publicité apposée sur clôture dépassant des limites de la clôture et publicité apposée sur une clôture non-aveugle, Chelles, juin 2020.

On retrouve également une majorité de dispositifs apposés sur mur dont le format excède 12m^2.

Publicités apposées sur mur, excédant 12 m^2 et en mauvais état d'entretien, Chelles, juin 2020.

Publicités apposées sur mur avec passerelle fixe et amovible, Chelles, juin 2020.

On relève également un dispositif installé à moins de 50 cm du sol.

Publicité apposée sur clôture et installée à moins de 50 cm du sol, Chelles, juin 2020.

Les enjeux liés aux publicités apposées sur mur ou clôture sont globalement identiques à ceux des publicités scellées au sol ou installées directement sur le sol. Une réflexion pourra porter sur l'harmonisation, si possible, des règles de densité entre ces 2 types de publicités pour simplifier et homogénéiser le traitement de ces 2 catégories de dispositifs. Un encadrement similaire en matière de surface pourra être choisi. Enfin, cette catégorie étant, la moins présente sur le territoire (7%) et pour 78% en infraction avec le Code de l'environnement (100% avec le RLP), la commune pourra choisir d'interdire tout ou partie de ces publicités sur son territoire.

La publicité apposée sur mobilier urbain :

Cette catégorie de publicité se décompose en 5 sous-catégories et toutes sont présentes sur Chelles, à savoir :

- Des abris destinés au public supportant de la publicité ;
- Des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques, appelés aussi « *sucette* » ;
- Des mâts porte-affiche ;
- Des colonnes porte-affiches, appelées également « *colonnes Morris* » ;
- Des kiosques à journaux ou autre usage commercial.

Publicité apposée sur abris destiné au public (abris-bus) recto-verso, Chelles, juin 2020.

Publicité apposée sur mât porte-affiche, recto-verso, Chelles, juin 2020.

Publicité apposée sur colonne porte-affiche, recto-verso, Chelles, juin 2020.

Kiosques à journaux ou autres usage commercial pouvant accueillir de la publicité, Chelles, juin 2020.

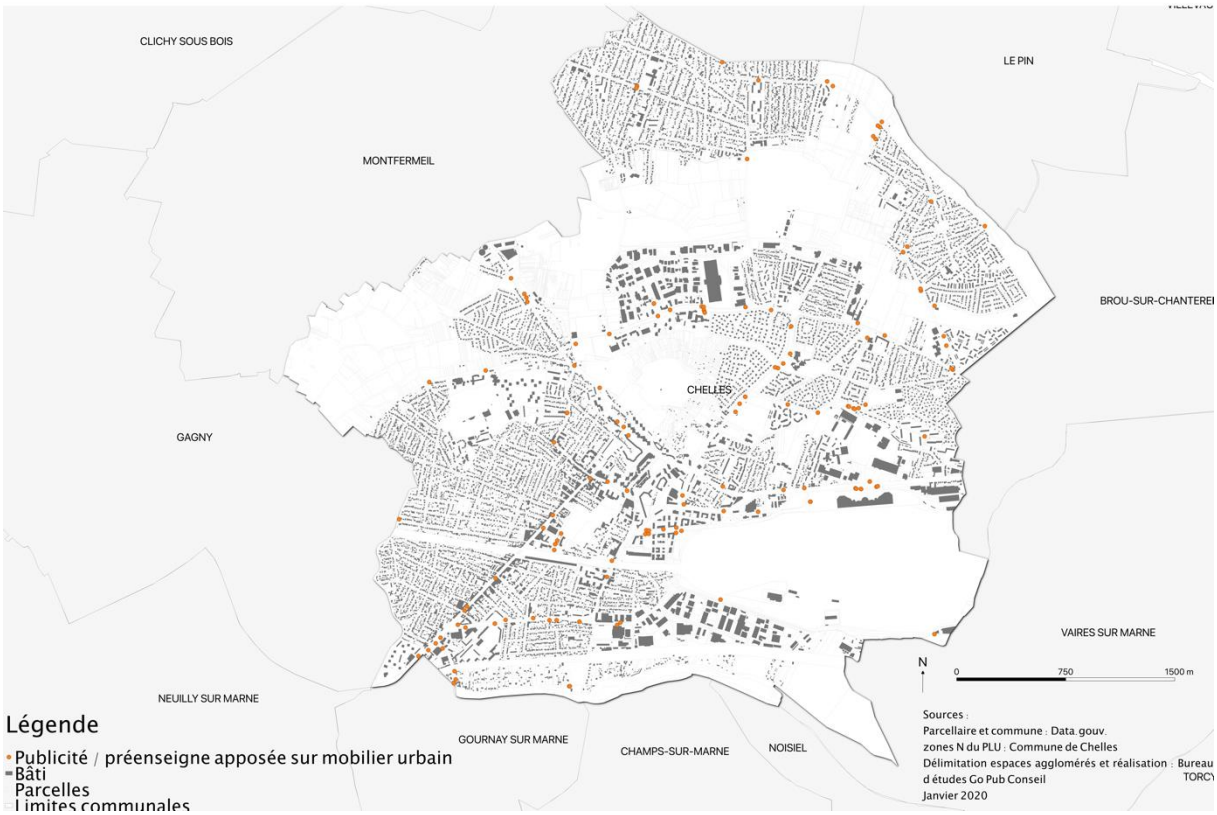
Publicité mobiliers urbains destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local (« *sucette* »), recto-verso, formats 2 m^2

Les publicités supportées par les mobiliers sont globalement de petit format (2 m^2). Cependant, certaines publicités de type « *sucette* » peuvent atteindre un format de 8 m^2.

Publicité mobiliers urbains destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local (« *sucette* »), recto-verso, formats 8 m^2.

Il s’agit de la catégorie de dispositifs la plus présente sur le territoire et répartie sur l’ensemble des 3 agglomérations de Chelles.

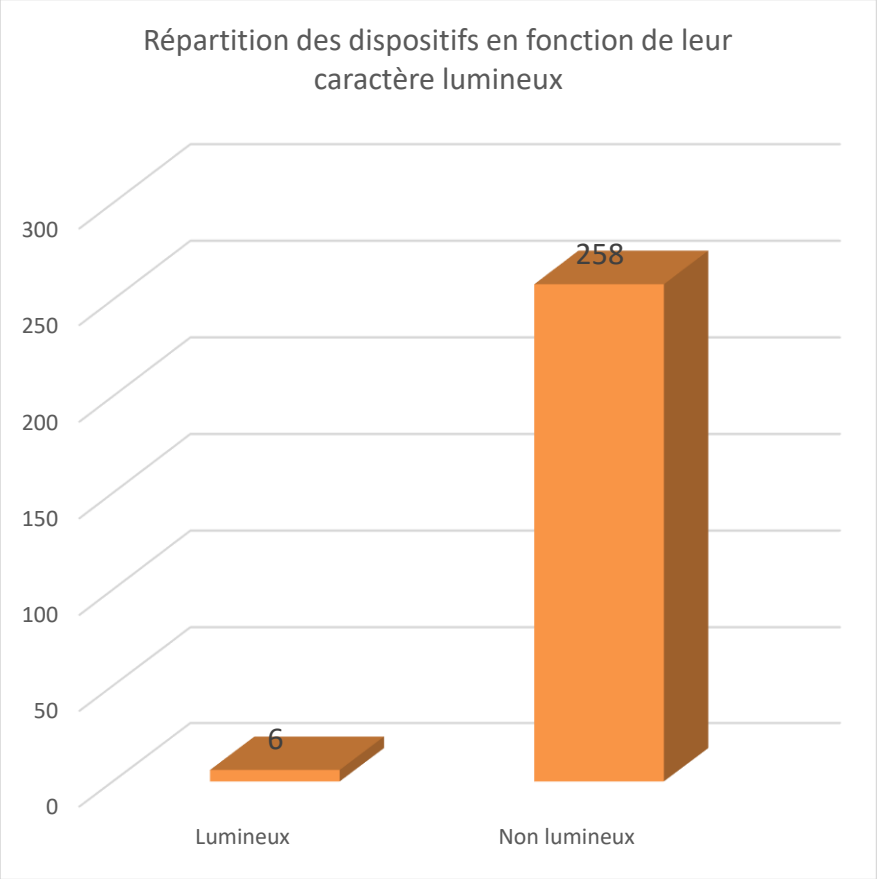
Localisation des publicités apposées sur mobilier urbain sur la commune de Chelles



Bien que le format de ces publicités soit généralement moins impactant pour les paysages (car de faible format), ce type de dispositifs occupe une place majeure dans le paysage urbain. Ainsi, la place de la publicité apposée sur mobilier urbain sur le territoire communal devra être traitée de manière spécifique dans la future règlementation locale. Il conviendra de tenir compte de la réalité du parc d’affichage de Chelles et/ou des acquis de son RLP de 2010 (limitation à 2 m^2 et 3 m de hauteur en ZPR3). Le caractère éventuellement numérique de ces dispositifs devra également être pris en compte.

La publicité lumineuse :

La publicité lumineuse ne représente que 2% des dispositifs publicitaires sur la commune de Chelles.



La publicité lumineuse est présente sous la forme de dispositifs lumineux éclairés par projection ou par transparence. Ces publicités sont soumises aux mêmes règles que les publicités non lumineuses.

Publicités lumineuses éclairées par projection, Chelles, juin 2020.

Publicité lumineuse éclairée par transparence, exemple.

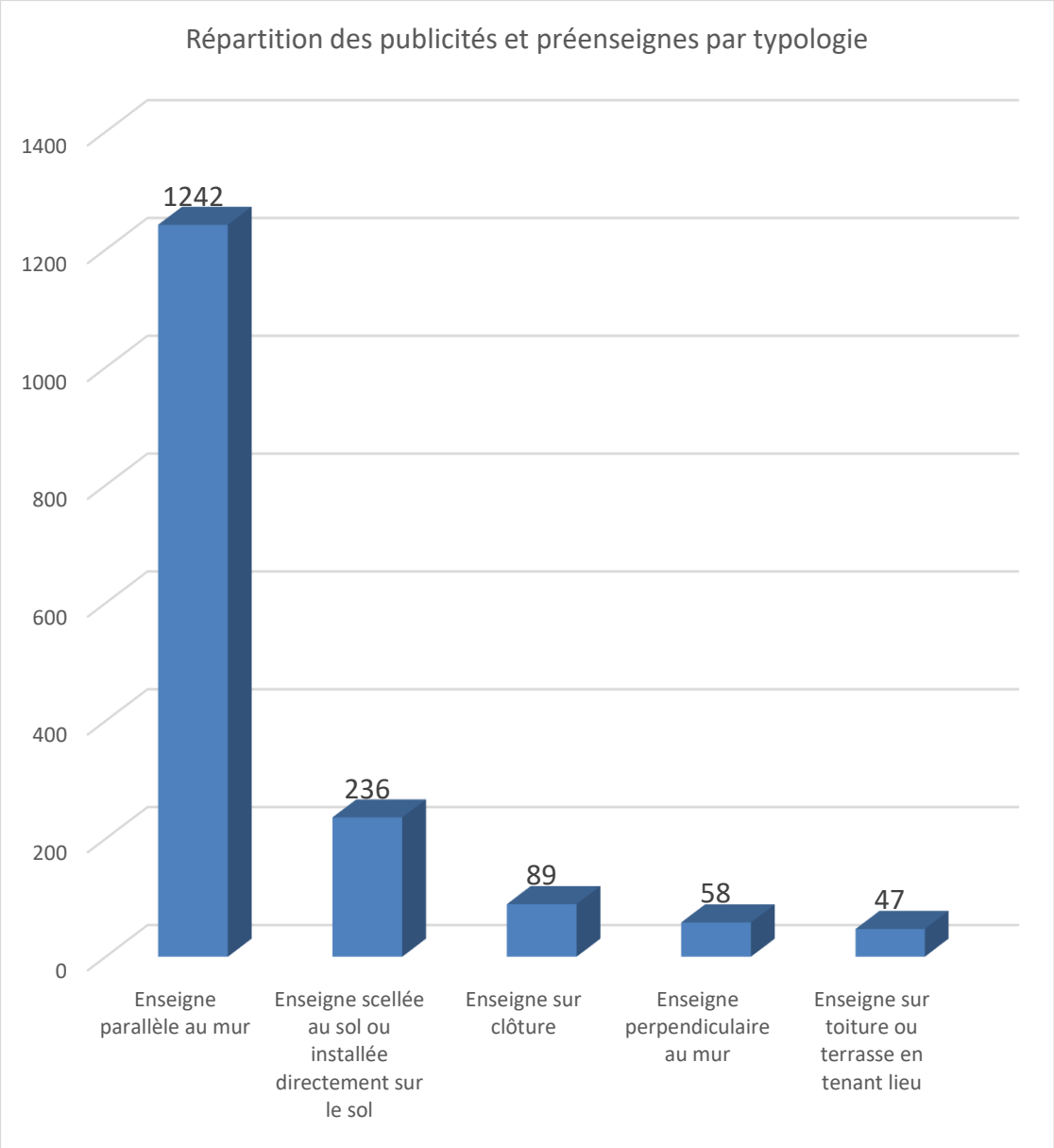
Le recensement a également mis en évidence l'absence de dispositifs publicitaires numériques. Ces dispositifs peuvent atteindre un format maximum de 8 m^2 au titre de la règlementation nationale. Une attention particulière sera portée à ce type de dispositif actuellement en expansion sur le territoire national. Le RLP de Chelles interdit actuellement les dispositifs numériques et encadre strictement les publicités lumineuses éclairées par projection et transparence d'où le peu de supports de ce type sur la commune.

2. *Les caractéristiques des enseignes*

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 en secteur où il y a peu d'enseignes.

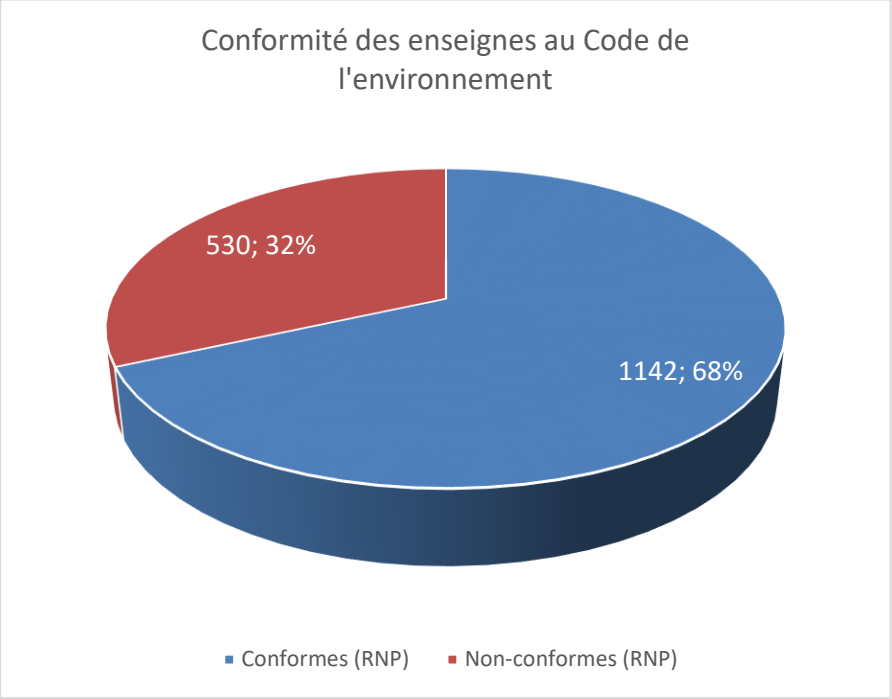
Dans un premier temps nous aborderons chacune des catégories d'enseignes présentes sur le territoire communal de Chelles. Puis, nous verrons que ces différentes enseignes peuvent être lumineuses.

Quatre grandes catégories d'enseignes sont présentes sur le territoire communal (les enseignes parallèles, sur balcon, auvent et marquise et sur clôture seront traitées conjointement) réparties de la manière suivante :

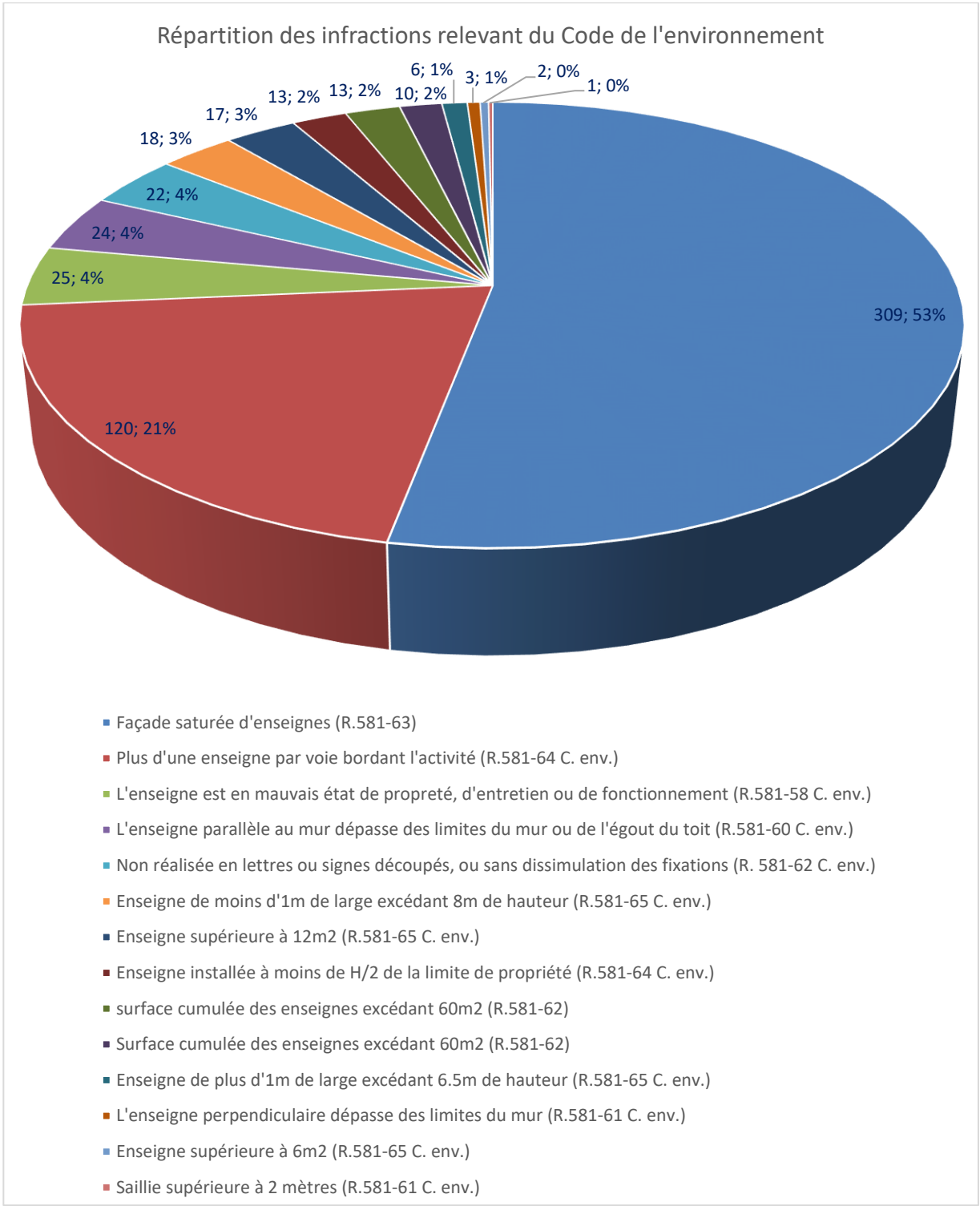


Plus de 1 670 enseignes ont été relevées sur le territoire communal. Ce relevé a permis de mettre en évidence l'état des lieux des enseignes sur le territoire de Chelles.

Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement.



On constate 530 dispositifs non conformes au Code de l'environnement, ce qui représente 32% des enseignes de Chelles. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On relève donc 530 dispositifs non-conformes pour 583 infractions. Ces infractions sont réparties de la manière suivante :


Répartition des infractions relevant du Code de l'environnement
309; 53%
120; 21%
25; 4%
24; 4%
22; 4%
18; 3%
17; 3%
13; 2%
13; 2%
10; 2%
6; 1%
3; 1%
2; 0%
1; 0%
Façade saturée d'enseignes (R.581-63)
Plus d'une enseigne par voie bordant l'activité (R.581-64 C. env.)
L'enseigne est en mauvais état de propreté, d'entretien ou de fonctionnement (R.581-58 C. env.)
L'enseigne parallèle au mur dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit (R.581-60 C. env.)
Non réalisée en lettres ou signes découpés, ou sans dissimulation des fixations (R. 581-62 C. env.)
Enseigne de moins d'1m de large excédant 8m de hauteur (R.581-65 C. env.)
Enseigne supérieure à 12m2 (R.581-65 C. env.)
Enseigne installée à moins de H/2 de la limite de propriété (R.581-64 C. env.)
surface cumulée des enseignes excédant 60m2 (R.581-62)
Surface cumulée des enseignes excédant 60m2 (R.581-62)
Enseigne de plus d'1m de large excédant 6.5m de hauteur (R.581-65 C. env.)
L'enseigne perpendiculaire dépasse des limites du mur (R.581-61 C. env.)
Enseigne supérieure à 6m2 (R.581-65 C. env.)
Saillie supérieure à 2 mètres (R.581-61 C. env.)

L’enseigne parallèle au mur :

L’enseigne parallèle au mur se retrouve aussi bien en centre-ville qu’en zones d’activités. Ce type d’enseigne représente 74% des enseignes relevées à Chelles et elles se présentent sous diverses formes : lettres découpées, vitrophanie, sur store- banne, sur panneau de fond ou encore sur des affiches.

Enseignes réalisées en « *bandeau* », Chelles, juin 2020.

Enseignes parallèles de type « *vitrophanie* », bien intégrées à la vitrine commerciale, Chelles, juin 2020.

Enseignes réalisées en lettres découpées, Chelles, juin 2020.

Le diagnostic a permis de relever des enseignes valorisant les activités et devantures commerciales. En effet, on note la présence de plusieurs devantures ou les enseignes parallèles au mur sont particulièrement soignées.

Enseignes parallèles au mur réalisées en lettres découpées et bien intégrées à la devanture, Chelles, juin 2020.

Enseignes bien intégrées à la devanture commerciale, avec un message sobre, et réalisées en lettres découpées et panneau de fond, belle intégration des enseignes aux bâtiments, Chelles, juin 2020.

Enseignes bien intégrées à la devanture, message sobre et mettant en valeur le bâtiment, Chelles, juin 2020.

Malgré la présence de règles locales en matière d'enseignes dans le RLP de 2010, on relève que la principale infraction liée au RLP est le non-respect de la limitation des enseignes parallèles à une seule par façade d'activité. En effet, 996 dispositifs sont impactés par cette infraction. Cela représente environ 80% des enseignes relevées lors du diagnostic. Cette règle s'explique car elle constituait un frein à la surenchère d'enseignes sur les devantures commerciales. Cette surenchère est désormais régulée au niveau national par la règle de la surface cumulée des enseignes[42]. Néanmoins, on remarque que sur le territoire communal, cette règle de la surface cumulée des enseignes n'est pas toujours respectée.

Façade saturée d'enseignes au regard du Code de l'environnement, Chelles, juin 2020.

Façade saturée d'enseignes au regard du Code de l'environnement, Chelles, juin 2020.

Façade saturée d'enseignes au regard du Code de l'environnement, Chelles, juin 2020.

Sont traitées dans le même temps que les enseignes parallèles au mur, les enseignes sur balcon et les enseignes sur auvent ou marquise. Généralement peu présentes sur le territoire national et de petite taille, elles 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.

Enseignes sur auvent ou marquise, Chelles, juin 2020, et exemple sur auvent ou marquise (non relevé sur Chelles). Bien que de faible format, ces enseignes ont un impact équivalent aux enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

Exemple d'enseigne sur balcon masquant les garde-corps des balcon et l'architecture des bâtiments (non relevé sur Chelles).

La faible présence des enseignes sur auvent ou marquise et des enseignes sur balcon pourra faire l'objet d'une 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.

De manière générale, 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 (ne pas dépasser les limites du mur ou de l'égout du toit) et sa surface (respect de la proportion par rapport à la surface de la façade).

Enseignes dépassant des limites de l'égout du toit, Chelles, juin 2020.

Enseigne dépassant des limites du mur, Chelles, juin 2020.

Enseignes en mauvais état d'entretien et/ou de fonctionnement, Chelles, juin 2020.

Les enseignes sur clôture ne représentent que 5% des enseignes de Chelles. Ce type d'enseigne est plus souvent installé en zones d'activités et se présente sous forme de bâches ou pancartes accrochées à la clôture qui peut être aveugle ou non. Les enseignes sur clôture doivent respecter la même règlementation que les enseignes parallèles au mur au niveau national. A ce titre, elles sont traitées dans la partie dédiée aux enseignes parallèles au mur. Pour autant leur impact, du fait de leur nombre et/ou de leur surface peut être particulièrement important. La faible présence de ce type d'enseigne sur le territoire pourra être entérinée par la future règlementation locale en interdisant sur tout ou partie du territoire ce type d'enseigne.

Enseignes sur clôture non-aveugle, Chelles, juin 2020.

Enseignes sur clôture aveugle, Chelles, juin 2020.

Enseignes sur clôture en mauvais état d'entretien ou de fonctionnement Chelles, juin 2020.

Enseigne sur clôture aveugle en lettres découpées et bien intégrées et enseigne sur clôture non-aveugle dont le format impact fortement les perspectives paysagères, Chelles, juin 2020.

Au même titre que les autres enseignes, les enseignes sur clôture pourront faire l'objet d'une règlementation spécifique dans le cadre du RLP. Cela permettra de mieux maitriser leur implantation et de mettre en place des règles plus appropriées aux caractéristiques de ces enseignes. Une limitation en nombre et/ou format pourrait permettre une meilleure insertion de ces enseignes dans leur environnement.

L’enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol :

Les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol représentent la deuxième catégorie d’enseignes la plus répandue (14%). Elles sont particulièrement présentes sur les zones d’activités économiques de la commune et participent à la saturation du paysage. En effet, elles ont un impact paysager particulièrement important de par leur implantation, leur nombre et leur surface. Cet impact 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 (panneau « *4 par 3* »). Ces similitudes entretiennent la confusion entre publicités et enseignes. Parmi ces enseignes, les catégories les plus répandues sont les drapeaux, les mâts, les totems ou encore les panneaux « *4 par 3* ».

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de type « *totem* », Chelles, juin 2020.

Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de type « *drapeau* », Chelles, juin 2020.

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de type « *mât* », Chelles, juin 2020.

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de type « *panneau* », Chelles, juin 2020.

On relève plusieurs enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ne respectant pas la règle du nombre d'enseignes scellées au sol par voie bordant une activité donnée. Ce nombre est limité à une seule. Une seule enseigne scellée au sol ne respecte pas l'implantation à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété (H/2). Des problématiques de format ont également été relevées sur le territoire pour ce type d'enseigne.

Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol ne respectant par la règle « *H/2* », Chelles, juin 2020.

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en surnombre par voie bordant l'activité, Chelles, juin 2020.

Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en surnombre par voie bordant l'activité, Chelles, juin 2020.

Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol de plus de 6m^2 (agglomération secondaire) et de plus de 12 m^2, Chelles, juin 2020.

Ces enseignes particulièrement impactantes pour le paysage pourront faire l'objet d'une règlementation locale spécifique en vue de réduire leur impact. Il pourra s'agir de limiter leur surface et/ou leur nombre. Par ailleurs, le RLP pourra instituer des règles locales dédiées aux enseignes inférieures ou égales à 1 mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol ne faisant actuellement l'objet d'aucune règlementation nationale.

Dispositifs scellés au sol ou installées directement sur le sol inférieures ou égales à 1 m^2, Chelles, juin 2020.

Dispositifs scellés au sol ou installées directement sur le sol inférieures ou égales à 1m^2, Chelles, juin 2020.

ATTENTION : Pour être qualifiées d'enseignes ces dispositifs doivent être installés sur l'unité foncière de l'activité, sinon, il s'agit de publicité ou préenseigne. Cette règle ne s'applique pas lorsque l'activité dispose d'une autorisation d'occupation du domaine public, dans ce cas, on considère le dispositif comme étant une enseigne (ex : porte-menu sur une terrasse de restaurant).

L’enseigne perpendiculaire au mur :

Les enseignes perpendiculaires au mur représentent seulement 5% des enseignes du territoire et disposent de surfaces assez faibles comparées aux autres enseignes. Les enseignes perpendiculaires au mur sont présentes principalement en centre-ville.

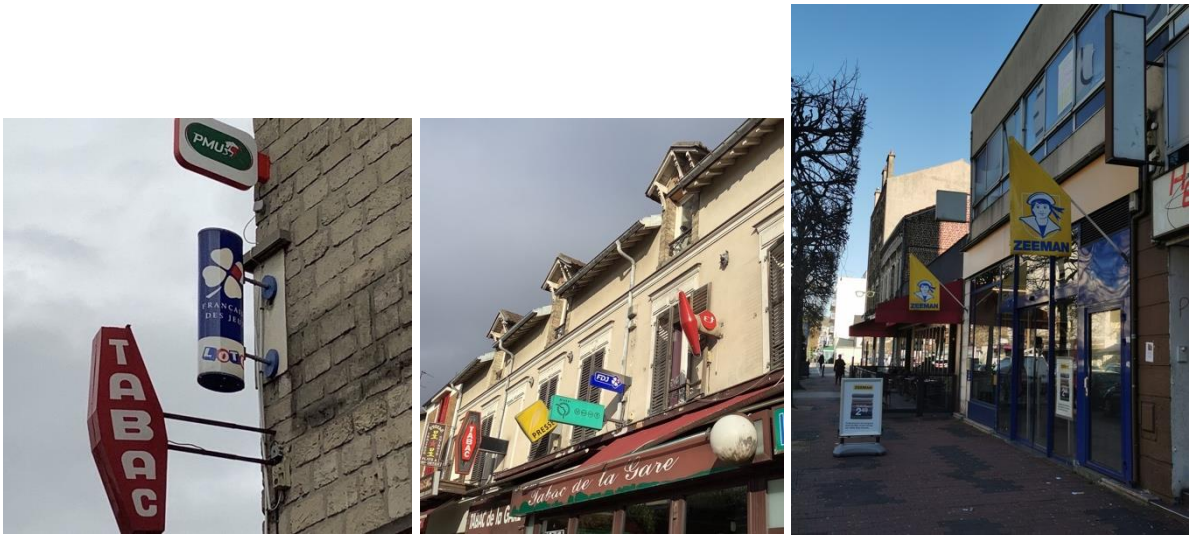
Enseignes perpendiculaires au mur « *carrées* », Chelles, juin 2020.

Enseignes perpendiculaires au mur « *allongées* », Chelles, juin 2020.

Les problèmes paysagers de ces enseignes concernent le dépassement de l'enseigne par rapport au mur sur lequel elle est apposée ou leur nombre parfois important sur une même façade. Ces enseignes peuvent avoir un impact important en termes de paysage urbain notamment dans les rues étroites du centre-ville. On relève également plusieurs devantures accueillant plusieurs enseignes perpendiculaires au mur. Cependant, cette multiplicité des messages ne garantit pas la bonne information ni la bonne visibilité / lisibilité de l'activité.

Enseigne perpendiculaire dépassant des limites du mur (recto-verso), Chelles, juin 2020.

Enseignes perpendiculaires installées à l'étage alors que l'activité se situe en rez-de-chaussée, Chelles, juin 2020.



Cumul d'enseignes perpendiculaires au mur sur une même activité, Chelles, juin 2020.

On relève également de bonnes pratiques en termes de qualité d'enseignes perpendiculaires au mur. Il s'agit d'enseignes avec des potences en fer forgées ou encore des enseignes bien intégrées au bâtiment sur lequel elles sont installées.

Enseignes perpendiculaires au mur dont la potence est en fer forgé, Chelles, juin 2020.

Enseignes perpendiculaires au mur dont la potence est en fer forgé, Chelles, juin 2020.

Malgré ces bonnes pratiques on remarque que 27 supports sont en infractions soit au Code de l'environnement (17), soit au RLP en vigueur (18)[43]. Cela représente environ 47% des supports relevés sur la commune de Chelles.

Enseignes perpendiculaires dont la saillie excède 1m et/ou de plus d'1m^2 (art. II.5.2 du RLP), Chelles, juin 2020.

Le futur RLP pourra donc mettre en place des règles privilégiant une bonne intégration de ces enseignes vis-à-vis de la façade d'activité, notamment dans le centre-ville de Chelles. Le nombre d'enseignes, leur taille, saillie, ou encore hauteur peuvent être règlementés dans le cadre d'un RLP, pour préserver le territoire de l'impact de ces enseignes. A ce titre, le futur RLP pourra pérenniser l'action du RLP de 2010 (ex : limitation de la saillie, etc.).

[43] Certains dispositifs font l'objet d'une double infraction au titre du Code de l'environnement et du RLP de Chelles.

L’enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu :

L’enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu est essentiellement présente en zones d’activités. Elle ne compte que pour 3% du total des enseignes relevées. Toutefois, une attention particulière devra être portée à cette catégorie de dispositif afin de préserver le cadre de vie et notamment certaines perspectives de qualité. Ce type de dispositif peut également présenter un risque élevé du fait d’une importante prise au vent. 74% de ces enseignes (35 enseignes sur 47) sont en infraction car elles sont installées avec un panneau de fond, ou excède 60 m^2 de surface cumulée.

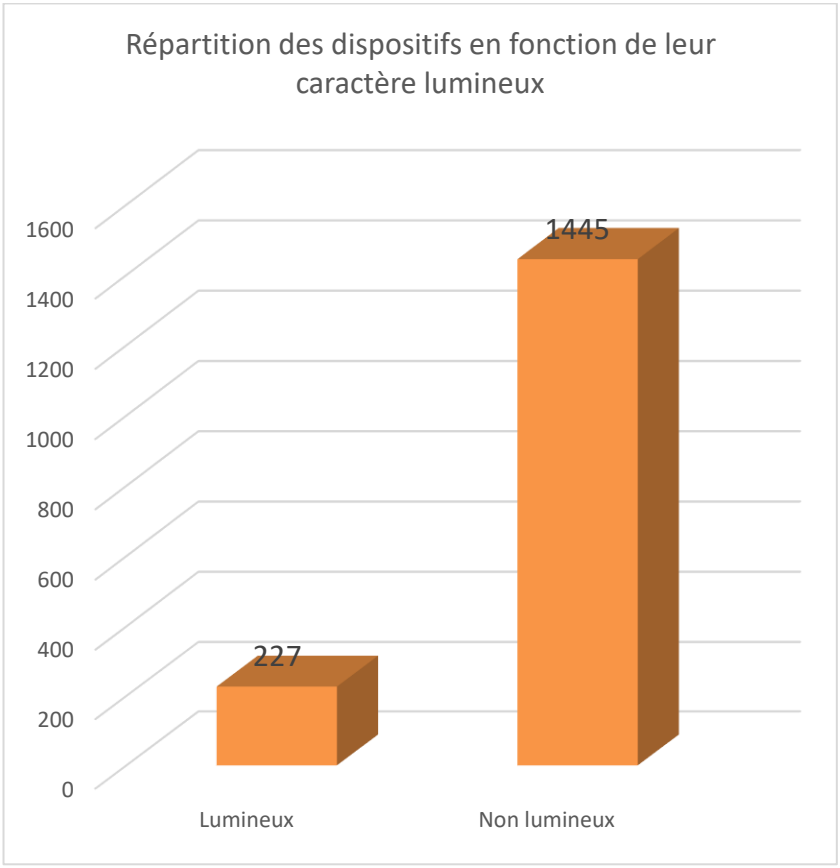
Enseigne sur toiture réalisée au moyen de lettres ou de signes découpés, Chelles, juin 2020.

Enseignes sur toiture réalisées au moyen de panneaux de fond, Chelles, juin 2020.

Enseignes sur toiture dont la surface cumulée excède 60 m^2, Chelles, juin 2020.

L’enseigne lumineuse :

Le recensement a permis de mettre en avant les enseignes selon qu’elles étaient lumineuses ou non. L’article R581-59 du Code de l’environnement définit l’enseigne lumineuse comme « *toute enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet* ». Les enseignes lumineuses peuvent par exemple être en lettres découpées néons, rétro-éclairées par des LED, éclairées par projection ou transparence, numériques, etc. Sur le territoire communal, 14% des enseignes sont lumineuses.



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.

Enseignes lumineuses éclairées par transparence, Chelles, juin 2020.

Enseignes éclairées par projection, Chelles, juin 2020.

Enseignes lumineuses « *autres* » (néons), Chelles, juin 2020.

Quelques enseignes numériques ont été relevées sur le territoire communal signalant principalement des services d'urgences ou pharmacie, etc. Il s'agit donc d'enseigne avec un format restreint avec un impact mesuré sur le paysage et l'environnement. 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.

Enseignes numériques, croix de pharmacie, Chelles, Juin 2020.

Dans le cadre du traitement des publicités et enseignes lumineuses par le RLP, il convient de rappeler que 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 90 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. Les associations incitent donc à avoir une réflexion sur l'éclairage extérieur pour tenir compte des enjeux sociétaux et environnementaux générés par cette question du lumineux. Ainsi, la publicité, les enseignes et préenseignes lumineuses, qu'elles soient éclairées par projection, transparence ou numérique, participent à l'accentuation de la pollution lumineuse sur le territoire national.

L'étude de l'ANPCEN a notamment démontré que la consommation électrique des enseignes lumineuses s'élevait à 2 milliards de kWh[44].

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. Si les lampes sont surdimensionnées, leur puissance doit être réduite. 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 futur RLP pourra tenir compte des impacts générés par ces dispositifs pour mettre en place des limitations spécifique comme la mise en place d'une plage d'extinction nocturne.

[44] https://www.anpcen.fr/docs/20150715084400_1oawf6_doc172.pdf

III. Orientations et objectifs de la collectivité en matière de publicité extérieure

1. Les objectifs

Par une délibération en date du 2 juillet 2019, la Commune de Chelles s'est fixée les objectifs suivants :

- Adapter le règlement local de publicité en tenant compte du nouveau cadre juridique et réglementaire fixé par la loi Grenelle II du 12 juillet 2010, notamment concernant le nouveau régime juridique concernant les pré-enseignes ;

- Notamment, cette adaptation pourra se manifester en matière d'enseignes. La réglementation nationale a été considérablement durcie depuis juillet 2012. La démarche de révision du RLP devra comporter un examen particulier sur la question des enseignes (de toutes catégories, en façade, scellées au sol ou installées en toiture) afin d'envisager si au gré de cette révision il n'y a pas lieu de les réglementer plus strictement en complétant éventuellement les règles nationales, pour certains secteurs au moins, pour des règles plus sévères afin d'assurer plus harmonieusement leur intégration ;

- Concilier l'intérêt économique de la Ville et les objectifs réglementaires ;

- Mettre en adéquation les règles d'affichage avec les impératifs environnementaux avec le souci du respect des impératifs de la sécurité de circulation et de la sécurité urbaine ;

- Prendre en considération l'évolution du tissu de la Commune, des quartiers émergeants ou en avenir et participer, au gré de la révision du RLP à la mise en œuvre des objectifs du PADD contenu dans le PLU révisé le 19 décembre 2017 ;

- Conformément à l'article L.581-14 du Code de l'environnement, le RLP pourra prévoir « *des zones dans lesquelles tout occupant d'un local commercial visible depuis la rue ou à défaut d'occupant, tout propriétaire, doit veiller à ce que l'aspect extérieur de ce local ne porte pas atteinte au caractère ou à l'intérêt des lieux avoisinants* » ;

- Avoir le souci du développement de la Ville par des mesures, lorsque c'est possible, à même de lutter contre la pollution visuelle en encourageant les économies d'énergies ;

- Maintenir la densité des publicités et viser à conserver les particularités paysagères de la Commune, les axes de vues paysagères ;

- Étudier et prévoir des règles pour les entrées de Ville, les axes structurants ;

- La révision devra envisager la publicité spécifique, véhicules publicitaires, bâches de chantier et les bâches publicitaires, les dispositifs publicitaires de dimension exceptionnelle, et le micro-affichage, flamme, etc. ;

- Le parti de cette révision sera d'édicter des règles simples, faciles de compréhension et d'application, pour les propriétaires fonciers, les commerçants et les différents acteurs économiques ;

- Cette révision aura pour effet de maintenir le pouvoir de police du Maire en matière d'affichage.

L'ensemble de ces objectifs a pour vocation de permettre la construction d'un projet équilibré et conciliant les principes de conciliation entre liberté d'expression et liberté de commerce et d'industrie avec ceux de la protection du cadre de vie et des paysages.

Par ailleurs, cette révision va permettre à la commune déjà couverte par un RLP de 2010 de pérenniser l'action et l'outil de protection du cadre de vie qu'est le Règlement Local de Publicité (RLP). Ce dernier va pouvoir affirmer la qualité des espaces d'habitation, valoriser les espaces commerciaux ou d'activités et contrôler la pollution visuelle générée par la publicité extérieure.

Ladite délibération a également permis de fixer les modalités de concertation qui ont été observées jusqu'à l'arrêt du projet.

2. Les orientations

Pour réaliser les objectifs qu'elle s'est fixée, la Commune de Chelles a choisi les orientations suivantes :

- Orientation 1 : Déroger à l'interdiction de publicité de manière limitative notamment dans les périmètres de protection du « *Château de Gournay* » et de « *l'ancienne abbaye et des restes du monument dit de Chilpéric* » ;

Le territoire communal bénéficie d'une qualité de cadre de vie importante due notamment à la présence de plusieurs protections :

- La réserve naturelle régionale des îles de Chelles ;
- Les périmètres de protection :
  - De l'ancienne Abbaye Royale (classée) ;
  - Des anciennes Eglises Sainte-Croix et Saint-Georges.
  - Des restes du monument dit Chilpéric (classés) ;
  - Du château de Gournay (inscrit) ;
  - Du château, jardin et parc de Champs sur Marne (classé) ;
  - Du domaine de Brou sur Chantereine (classé).

Ces protections impliquent une interdiction de publicité et de préenseignes auxquelles un RLP peut déroger de manière limitative conformément au Code de l'environnement. En l'espèce, la Ville Chelles a souhaité cette dérogation particulièrement restreinte en autorisant uniquement la publicité apposée sur le mobilier urbain sur son territoire. Cette orientation permet de pérenniser l'action du RLP de 2010 qui autorisait la publicité apposée sur le mobilier urbain dans ces secteurs.

Cette orientation tient également compte de la réalité du territoire et des lieux d'implantations des mobiliers urbains supportant de la publicité.

- Orientation 2 : Préserver les secteurs peu touchés par la pression publicitaire, comme le centre-ville, les quartiers résidentiels et pavillonnaires et le secteur de la ZPR3 du RLP de 2010 de Chelles ;

Le RLP de 2010 protège près des ¾ du territoire communal de Chelles en autorisant uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain. Cette règle locale a permis de sensiblement limiter le nombre de supports publicitaires, autres qu'apposés sur mobilier urbain, sur la commune. Le futur RLP doit donc permettre de proposer *a minima* une règlementation locale équivalente pour maintenir les acquis de cette règlementation locale.

- Orientation 3 : Encadrer les dispositifs publicitaires en maitrisant leur format et en mettant en place une règle de densité en s'inspirant du RLP de 2010 actuellement en vigueur notamment sur les axes structurants et entrées de ville : Route de Montfermeil, Rue du Tir, Avenue de Claye, Avenue Gendarme Castermant, Chemin du Corps de Garde, Avenue Sylvie, Avenue du Général de Gaulle ou encore Avenue du Maréchal Foch ;

Le diagnostic a permis de mettre en avant le fait que le RLP de 2010 était relativement bien respecté. En effet, les principaux axes accueillant de la publicité sont ceux visés par le RLP de

2010, à savoir : la Route de Montfermeil, Rue du Tir, Avenue de Claye, Avenue Gendarme Castermant, Chemin du Corps de Garde, Avenue Sylvie, Avenue du Général de Gaulle ou encore Avenue du Maréchal Foch. Malgré tout, certains axes comptent peu de supports publicitaires (autre que mobilier urbain supportant de la publicité), comme l'Avenue de Claye ou l'Avenue des cités.

Le futur RLP s'appuie donc sur l'existant pour faire émerger une règlementation locale en cohérence avec la réalité du territoire.

- Orientation 4 : Maintenir, a minima, l'état actuel du territoire communal en matière de publicité apposée sur mobilier urbain notamment en proposant des formats d'affichage plus restreints que la règlementation nationale ;

Sur les ¾ de la commune, la publicité apposée sur le mobilier urbain a été limitée à 2 m^2 et 3 m de hauteur via le RLP de 2010. Le diagnostic a permis de mettre en exergue le fait que la commune de Chelles compte une dizaine de publicités apposées sur le mobilier urbain de grand format (8 m^2).

Le futur RLP a donc pour ambition de maintenir les acquis du territoire et éventuellement d'aller plus loin. En effet, le RLP de 2010 ne limitait pas le format des publicités apposées sur mobilier urbain installées en ZPR1 et ZPR2. Ces publicités pouvaient donc atteindre jusqu'à 12 m^2, maximum autorisé par le Code de l'environnement depuis la loi « *Grenelle II* ».

- Orientation 5 : Réglementer les dispositifs lumineux et notamment numériques en instituant une plage d'extinction nocturne et une réduction des formats pour limiter l'impact de ces dispositifs sur le paysage urbain ;

Le RLP de 2010 ne permettait pas d'encadrer les publicités, enseignes et préenseignes lumineuses ou numériques. En effet, aucune plage d'extinction nocturne n'y était fixée. Le RLP prévoyait que la publicité lumineuse était interdite sauf éclairage par transparence ou de façon indirecte.

Le Code de l'environnement impose aujourd'hui à toutes collectivités de fixer une plage d'extinction nocturne dès lors qu'elle appartient à une unité urbaine de plus de 800 000 habitants, ce qui est le cas pour Chelles.

Par ailleurs, la Ville souhaite également mettre en place une règlementation spécifique dédiée aux supports numériques en développement sur le territoire national et pour le moment quasiment absent du paysage communal (exception des croix de pharmacie et services d'urgence). Cette orientation permettra de répondre aux besoins de la Ville concernant les supports lumineux.

- Orientation 6 : Interdire ou encadrer certaines implantations d'enseignes peu qualitatives en matière d'intégration paysagère comme les enseignes sur toiture, les enseignes sur les arbres ou encore les enseignes sur balcon sur tout ou partie du territoire;

Certaines enseignes peuvent avoir un impact fort sur l'architecture (enseigne sur balcon ou balconnet du fait de leur type d'implantation) ou le paysage (enseigne sur toiture du fait de leur format par exemple). Le diagnostic a mis en avant la faible présence de ces enseignes peu qualitatives.
Dans le cadre du futur RLP, cette orientation permet donc d'interdire ces enseignes sur tout ou partie du territoire. Cette interdiction totale ou partielle tient compte de la réalité du territoire et des implantations observées, notamment pour les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

- Orientation 7 : Encadrer l'implantation des enseignes installées en façade d'activités pour privilégier une bonne lisibilité des activités et assurer une meilleure intégration de ces enseignes dans l'environnement ;

Le RLP de 2010 contenait plusieurs règles relatives à l'implantation des enseignes en façade pour permettre une bonne intégration de ces supports. Par ailleurs, compte tenu de la présence des périmètres de protection des monuments historiques (principalement dans le périmètre de « l'ancienne abbaye et des restes du monument dit de Chilpéric »), l'autorisation préalable des enseignes doit faire l'objet d'un avis de l'Architecte des Bâtiments de France (ABF). A ce titre, la ville a souhaité :

- Préserver les acquis de son RLP de 2010 et la qualité de ces enseignes ;
- Tenir compte des prescriptions de l'ABF ;
- Par le biais d'une règlementation locale adaptée, créer une identité forte au niveau de son centre-ville, de la rue Gambetta, de l'avenue des sciences et du nouveau quartier de l'Aulnoy qui concentrent les commerces de proximité du territoire.

- Orientation 8 : Limiter le format des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol et encadrer spécifiquement les enseignes de moins d'1 m^2 scellées au sol ou installées directement sur le sol ;

Aussi impactantes que les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, la Ville souhaite les encadrer de manière spécifique en fonction des secteurs. En effet, les besoins et les caractéristiques du territoire ne permettent pas l'installation de ces enseignes sur l'ensemble du territoire communal.

La Ville tient donc compte de ces particularités pour mettre sur pied une règlementation permettant aux entreprises et commerces de Chelles d'utiliser ce type de supports sans toutefois dégrader la qualité du cadre de vie de la commune.

La règlementation locale pourra reprendre en tout ou partie les règles déjà instituées par le RLP de 2010 (notamment la limitation en hauteur au sol à 6 m) pour faciliter la mise en place de ces règles auprès de ces acteurs locaux.

- Orientation 9 : Encadrer les enseignes sur clôture pour limiter leur impact visuel sur les paysages.

Absente de la règlementation locale et nationale (au sens d'une règlementation dédiée), ces enseignes feront l'objet d'une règlementation spécifique dans le futur RLP. En effet, la règlementation locale permettra d'en maîtriser le nombre, les formats et la qualité. L'objectif étant de privilégier des enseignes qualitatives sur le territoire.

Chacune de ces orientations a été débattue lors du Conseil municipal du 9 février 2021.

IV. Justification des choix retenus

1. Le zonage

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Chelles. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n° 1 (ZP1) couvre les périmètres de monuments historiques qui concernent la commune de Chelles.
- La zone de publicité n° 2 (ZP2) couvre l'ensemble de l'espace aggloméré de la commune en dehors de la ZP1 et ZP3.
- La zone de publicité n° 3 (ZP3), couvre les axes structurants et les zones d'activités de la commune à savoir :
    - La Route de Montfermeil, de la limite communale avec Montfermeil au rond-point avec la rue du Tir, et la rue de bel air et la zone d'activités qui la borde ;
    - La zone agglomérée de la rue du Tir ;
    - La zone d'activités économiques de la Tuilerie ;
    - La zone d'activité située avenue de Claye ;
    - La zone Sud triage ;
    - L'avenue Gendarme Castermant, de la limite communale avec Brou à l'impasse des sablettes, et la zone d'activités qui la borde ;
    - La D934 de la limite communale avec Brou avec la rue Henri-Joseph et Marie Degremont ;
    - Le Chemin du Corps de Garde ;
    - La zone d'activités de la Trentaine ;
    - L'avenue Sylvie ;
    - L'avenue Général de Gaulle ;
    - L'avenue Maréchal Foch, de l'avenue Général de Gaulle au périmètre de protection du Château de Gournay.

Les secteurs situés en dehors des 3 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les préenseignes y sont interdites, sauf exception[45].

<u>La ZP1 : Périmètres de monuments historiques qui concernent la Commune de Chelles :</u>

La ZP1, présente des enjeux architecturaux et patrimoniaux forts du fait de la proximité avec des monuments historiques classés ou inscrits. Dans le cadre de la complémentarité des outils de protection du territoire, la ville a donc souhaité mettre en place un zonage spécifique sur ces périmètres de protection.

La délimitation de cette zone permet donc de tenir compte de ces périmètres de protection et de mettre en place une règlementation particulièrement qualitative pour faire émerger une réelle identité de ce secteur. Cette délimitation permet également de maintenir les mobiliers urbains supportant de la publicité installée dans ce secteur.

La ZP2 : L'ensemble de l'espace aggloméré de la Commune en dehors de la ZP1 et ZP3 :

Bien que couvrant l'ensemble de l'agglomération, la ZP2 est également un espace qualitatif à préserver. En effet, la Commune de Chelles compte de nombreux espaces naturels, d'espaces boisés classés et d'espaces verts disséminés dans le tissu urbain.

Par ailleurs, cet espace a pour objectif de répondre à l'ambition de la Ville de diminuer la présence de supports publicitaires sur son territoire. Déjà amorcée dans le cadre de son RLP de 2010 où plus des ¾ du territoire ne pouvait accueillir que de la publicité sur mobilier urbain, la Ville a souhaité maintenir cette règlementation.

La ZP3 : les axes structurants et les zones d'activités :

Cette zone reprend globalement le zonage du RLP de 2010. Certains axes ont été retirés du zonage car accueillant peu de supports publicitaires. C'est le cas de l'avenue de Claye et de l'avenue de la Cités. Pour assurer une cohérence de traitement sur certains espaces, les zones d'activités ont été intégrées dans ce zonage.

Cette zone est la seule pouvant accueillir de la publicité autre que publicité apposée sur mobilier urbain. Il s'agit du secteur le plus permissif du territoire.

Cette délimitation permet un zonage simple sur le territoire et en cohérence avec le RLP de 2010.

2. Les choix retenus en matière de publicités et préenseignes

Dans la zone de publicité n°1 (ZP1 – Périmètres de monuments historiques), la ville a souhaité déroger à l'interdiction de publicité posée par le Code de l'environnement afin de réintroduire de manière limitative la publicité sur cet espace. La ville a tenu compte de la présence de son mobilier urbain supportant de la publicité et soumis à une convention de mobilier urbain.
La ville a donc souhaité autoriser la publicité apposée sur mobilier urbain sur l'ensemble de la ZP1 dans la limite de 8 m^2 et 6 m de hauteur au sol pour la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques. En effet, le mobilier étant « *un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publiques répondant à un besoin des habitants de la commune*[46] ». Sur l'ensemble de la ZP1, la publicité numérique apposée sur mobilier urbain est interdite afin de limiter les nuisances engendrées sur le cadre de vie.
Outre la publicité apposée sur mobilier urbain, la ville a autorisé également la publicité apposée sur bâches de chantier dans la limite de 12 m^2.
Cette règlementation doit permettre de tenir compte des supports existants sans pour autant dégrader la qualité du cadre de vie des Chelloises et Chellois.

Au même titre que dans la ZP1, **la zone de publicité n°2** (ZP2 – Espace aggloméré hors ZP1 et ZP3), la ville a souhaité interdire toute la publicité, excepté celle supportée par le mobilier urbain ou installée sur bâche de chantier. L'objectif de cette règlementation est de tenir compte de la présence de mobilier urbain supportant de la publicité et soumis à une convention. A ce titre, la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est limitée à 8 m^2 et 6 m de hauteur au sol. La publicité numérique apposée sur mobilier urbain est également interdite afin de tenir compte du caractère résidentiel de cette zone et ainsi ne pas créer de nuisances pour les habitants vivants dans cette zone.
Les publicités apposées sur bâches de chantier sont elles aussi limitées à 12 m^2, comme en ZP1.

Cette règlementation doit permettre de maintenir la qualité du cadre de vie de la commune.

Pour rappel, la publicité apposée sur mobilier urbain autre que le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques est encadrée par la règlementation nationale, soit les articles R.581-42 à R.581-46 du Code de l'environnement.

Dans la zone de publicité n°3 (ZP3 – Axes et zones d'activités), la Ville a souhaité s'inspirer de son RLP de 2010 et du diagnostic réalisé en restreignant certaines installations. A ce titre, la ville a interdit :

- Les publicités / préenseignes lumineuses sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- Les publicités / préenseignes apposées sur mur ou clôture ;
- Les bâches publicitaires excepté les bâches de chantier.

Les publicités et préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 8 m^2 d'affiche, 10,5 m^2 hors tout (encadrement inclus) et 6 m de hauteur au sol. Ces supports doivent bénéficier d'un bardage sur la face non exploitée dès lors qu'il n'y a qu'une seule face qui est exploitée.

[46] Réponse parlementaire du 20 mars 2012 à la question parlementaire n°94211 de Mme Zimmermann du 23 novembre 2010.

La publicité numérique est autorisée en ZP3 de manière très limitive car son format est réduit à 2 m^2 et 3 m de hauteur au sol. Ces publicités ne peuvent supportées de clips vidéo afin de réduire les nuisances occasionnées par ces dispositifs sur le cadre de vie et la biodiversité. Seules les publicités numériques scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées.

Outre ces règles de réduction de format, la Ville a mis en place une règle de densité pour limiter le nombre de publicités et de préenseignes sur son territoire. En s'appuyant sur son RLP de 2010, la ville a choisi de n'autoriser qu'une seule publicité par unité foncière dès lors que l'unité foncière dispose d'un linéaire supérieur ou égal à 30 mètres. Il convient de rappeler que la Cour Administrative d'Appel de Nancy[47], a précisé qu'« *il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique* » dans le cadre de l'application de la règle de densité.

Ces règles ont pour objectif de réduire le format des dispositifs publicitaires pour limiter leur impact sur les perspectives paysagères, leur nombre et leur concentration sur une partie du territoire.

Comme en ZP1 et ZP2, les publicités sur bâches de chantier sont limitées à 12 m^2 et les publicités apposées sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations générales ou locales ou œuvres artistiques sont limitées à 8 m^2 et 6 m de hauteur au sol. Ces règles font l'objet d'une harmonisation à l'ensemble du territoire. Cependant, les publicités apposées sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations générales ou locales ou œuvres artistiques peuvent être numériques en ZP3. Dans ce cas, elles respectent les prescriptions de format indiquées ci-avant.

L'ensemble des publicités et préenseignes sont soumises à la plage d'extinction nocturne. Les publicités lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, y compris celles supportées par le mobilier urbain afin de réaliser des économies d'énergie et de limiter la pollution lumineuse des différentes dispositifs. Afin de tenir compte du fonctionnement du réseau de transport en commun, cette plage d'extinction ne s'appliquera pas aux publicités lumineuses apposées sur les abris destinés au public (abris-bus). Elles devront tout de même être éteintes à partir du passage du dernier bus et jusqu'au passage du 1er bus.

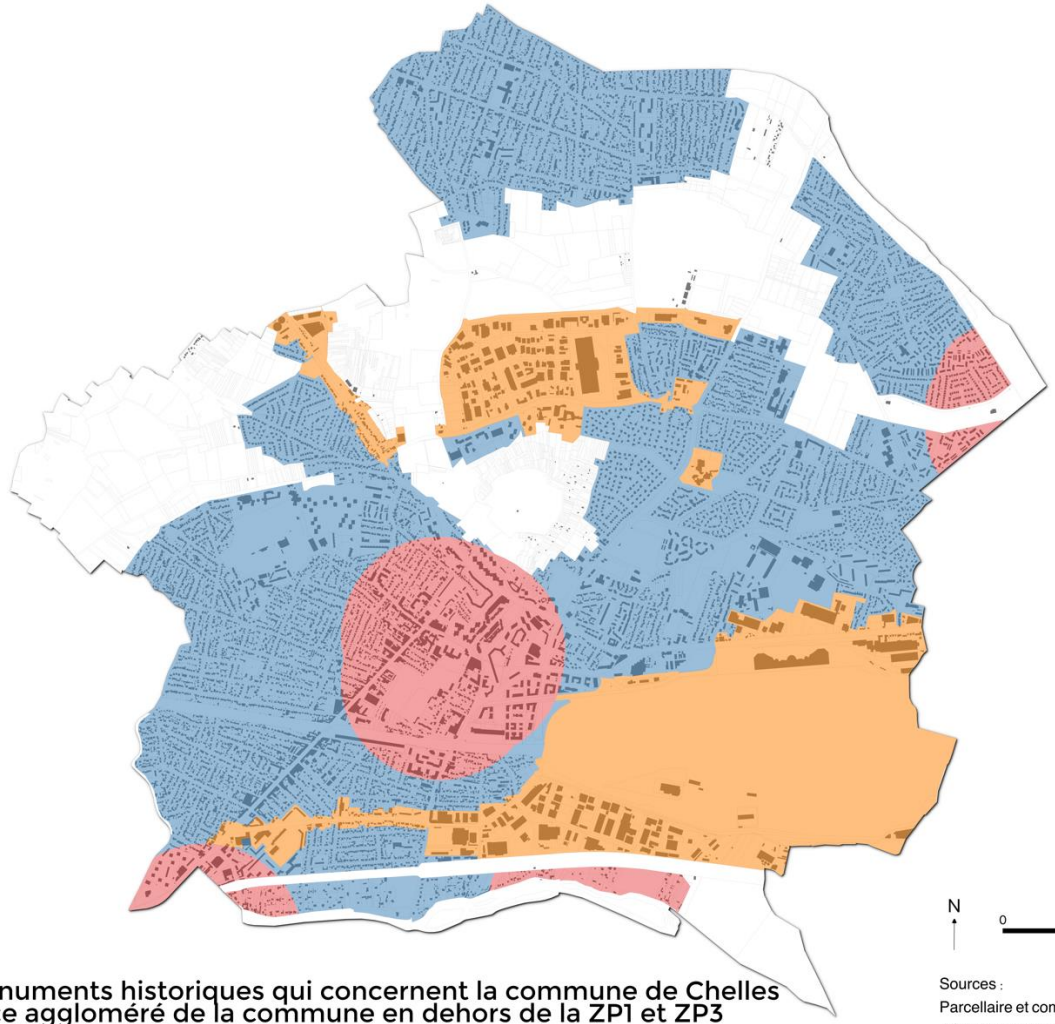
La publicité lumineuse apposée à l'intérieur d'une vitrine est également encadrée. Elle est soumise à la plage d'extinction nocturne de 23h à 6h et est limitée à une surface d'un mètre carré et à un dispositif par activité. Lorsqu'elle est numérique, elle ne pourra pas être cumulable avec une autre enseigne numérique située à l'intérieur d'une vitrine en ZE1 et ZE2.

Afin de tenir compte de la spécificité de la gare et des enjeux paysagers moins importants sur les quais à ciel ouverts par rapport au reste du territoire, des règles spécifiques vont être mises en place en matière de densité publicitaire. C'est le régime de la règlementation nationale qui s'applique pour la densité publicitaire sur les quais de la gare.

Les trois zones de publicité sont délimitées sur la carte ci-dessous :

[47] CAA Nancy, 18 mai 2018, 16NC0098.

Plan de zonage du Règlement Local de Publicité (RLP) applicable aux publicités et préenseignes – Commune de Chelles



Légende

- ZP1 : Les périmètres de monuments historiques qui concernent la commune de Chelles
- ZP2 : L'ensemble de l'espace aggloméré de la commune en dehors de la ZP1 et ZP3
- ZP3 : Les axes structurants et les zones d'activités
- Bâti
- Parcelles
- Limites communales

N

0 750 1500 m

Sources :
Parcellaire et commune : Data.gouv.
Délimitation espaces agglomérés et réalisation : Bureau d études Go Pub Conseil
Juin 2022

3. Les choix retenus en matière d'enseignes

Le RLP de Chelles interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est considérée comme peu qualitative soit en raison de leur taille, soit de leur implantation.

A ce titre, et pour garantir à l'ensemble du territoire communal une égalité de traitement des enseignes et un cadre de vie protégé, la Ville a décidé d'interdire :

- Les enseignes sur les arbres ou les plantations ;
- Les enseignes sur les gardes corps de balcon ou balconnet ;
- Les enseignes sur auvents ou marquises ;
- Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, excepté en ZE3 (zones d'activités).

Ces règles permettent de privilégier une meilleure intégration des enseignes et une protection du patrimoine bâti sur l'ensemble de la commune.

Elle a également décidé d'interdire les enseignes numériques, excepté lorsqu'elles signalent des services d'urgence / pharmacie sur l'ensemble de son territoire. L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs sur le territoire et de maintenir l'état actuel du territoire.

En zone d'enseigne n°1 (ZE1 – Périmètres de protection des monuments historiques), la collectivité a choisi de limiter l'implantation des enseignes parallèles au mur sous le niveau du plancher du 1er étage si l'activité s'exerce uniquement en rez-de-chaussée afin de limiter la pose de l'enseigne à la façade de l'activité. La commune a fait le choix de maintenir la règle nationale de surface cumulée des enseignes sur façade car celle-ci permet de répondre de façon contextualisée à chaque façade.

Les enseignes perpendiculaires sont limitées à une seule par voie qui borde l'activité, dans la limite d'1 mètre de saillie (reprise du RLP de 2010). La hauteur ne peut dépasser 1 mètre, sauf si l'activité s'exerce dans la totalité du bâtiment.
L'objectif de ces règles est de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et valoriser ce secteur à forte dominance patrimoniale. La collectivité souhaite donc privilégier des enseignes qualitatives sur ces espaces.

Toujours dans le but de préserver son patrimoine, la collectivité a choisi d'interdire les enseignes sur clôture (aveugle ou non-aveugle) et les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol dans la ZP1. Les enseignes sur façade sont donc privilégiées car mieux adaptées au cadre architectural de ce secteur et notamment aux rues commerçantes.

Cependant, les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées. Ces enseignes sont limitées à une par voie bordant l'activité et 1,20 mètre de hauteur maximum sur la ZP1. Cette règlementation a pour but de limiter leur nombre et leur implantation anarchique dans ce secteur.

En zone d'enseigne n°2 (ZE2 – Espace aggloméré hors ZE1 ou ZE3), les enseignes parallèles, perpendiculaires et les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter les mêmes règles qu'en ZE1.

Les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 4 m^2 et 4 m de hauteur au sol. Il s'agit d'une réduction de format et

de hauteur considérable par rapport au RLP de 2010 qui autorisait ces enseignes dans la limite de 12 m^2 et 6 m de hauteur au sol. La Ville a souhaité maintenir cette possibilité d'enseigne en ZE2 pour permettre à des commerces ou activités plus isolées de se signaler.

Enfin, la commune a choisi d'autoriser les enseignes sur clôture de manière très limitative pour pouvoir maintenir des possibilités de signalisation des petites activités et/ou les autoentrepreneurs sans altérer l'environnement de ce secteur. En effet, les enseignes sur clôture sont souvent peu qualitatives et la ville ne souhaite pas encourager ces pratiques, d'autant que la commune ne compte pas beaucoup d'enseigne de ce type. Les enseignes sur clôture sont donc autorisées uniquement si une autre enseigne ne peut être visible depuis la voie publique, dans la limite d'une seule par voie bordant l'activité et 0,25 m^2 de surface maximum.
Elles doivent être réalisées avec des matériaux rigides, résistants aux intempéries. L'enseigne doit être fixée de manière durable à la clôture.
De manière générale, les enseignes sur clôture de type « *bâches* » sont proscrites.
Le but de ces règles est de favoriser des enseignes de qualité en ZE2.

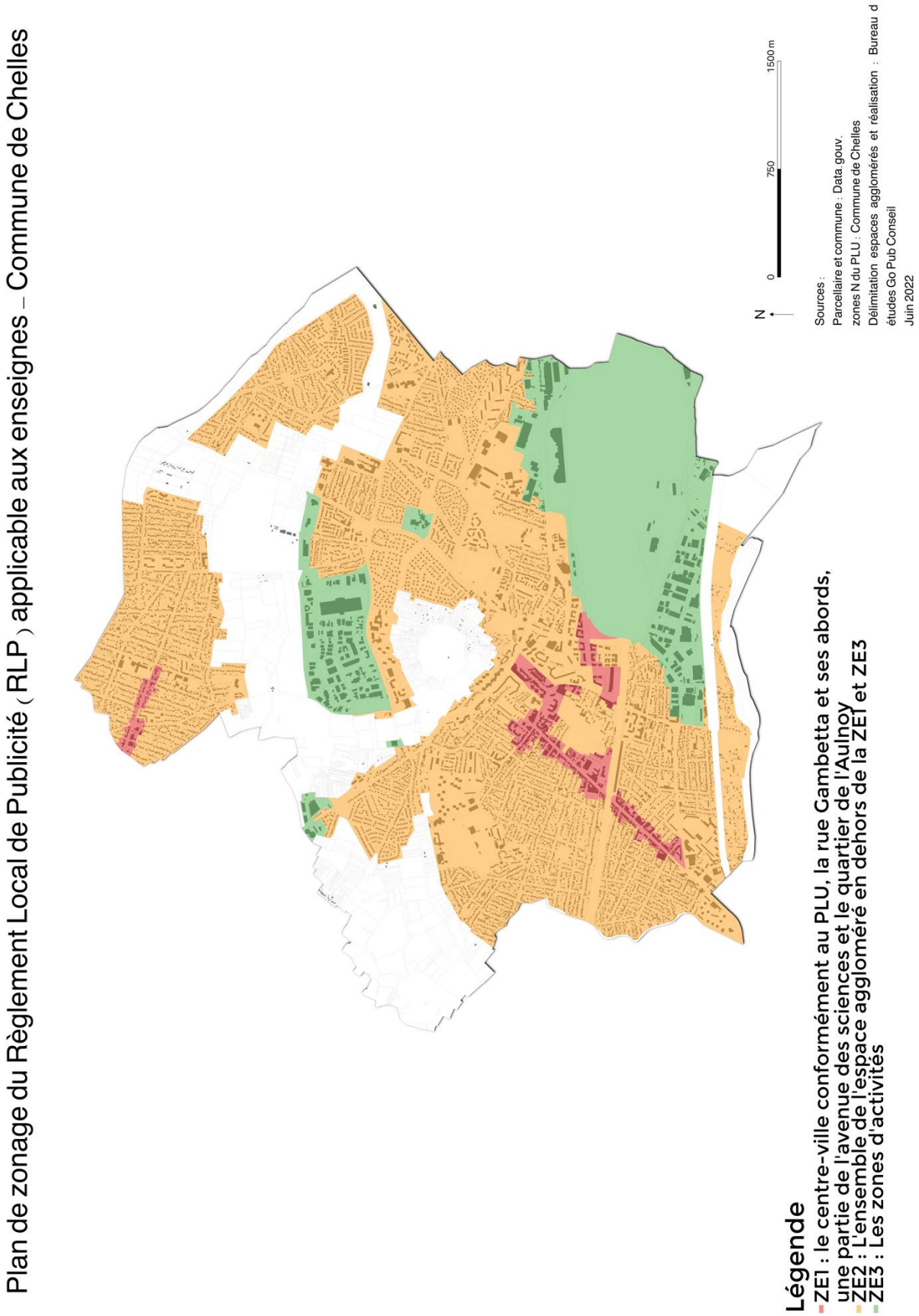
<u>En zone d'enseigne n°3</u> (ZE3 – zones d'activités), les enseignes parallèles, perpendiculaires et les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol doivent respecter les mêmes règles qu'en ZE1 et ZE2.

Les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 6 m^2 et 6 m de hauteur au sol. Le RLP vient réduire de moitié la surface autorisée par le RLP de 2010. L'objectif est de limiter l'impact de ces dispositifs dans des secteurs peu soumis à la pression publicitaire.

Les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu sont autorisées en ZE3 et restent soumises aux règles de dimensions de la règlementation (surface cumulée par établissement de 60 m^2). La commune souhaite autoriser ces dispositifs en ZE3 afin de tenir compte de la configuration des zones d'activités avec des établissements pouvant être éloignés de la voirie nécessitant ainsi d'être visibles depuis cette dernière ce que permet les enseignes sur toiture.

La commune a choisi d'interdire les enseignes sur clôture dans cette zone qui peuvent dégrader les paysages. En effet, ces dispositifs peuvent créer une surenchère et une redondance des messages affiches par les autres formes d'enseignes. De plus, ces dispositifs sont souvent réalisés avec des matériaux peu qualitatifs comme des bâches. L'objectif est de favoriser le signalement des enseignes par des enseignes installées en façade voire scellées au sol ou installées directement sur le sol et éviter les enseignes de qualité médiocre.

Sur l'ensemble du territoire, les enseignes lumineuses sont également soumises à la plage d'extinction nocturne, calquée sur celle qui est applicable à la publicité, entre 23h00 et 06h00 pour harmoniser et préserver le paysage nocturne. Cette plage d'extinction nocturne s'applique également aux enseignes lumineuses situées à l'intérieur d'une vitrine. Lorsqu'elles sont numériques, elles sont limitées à une surface d'un mètre carré et à un dispositif par activité. En ZE1 et ZE2, elles ne peuvent être cumulables avec une autre publicité numérique située à l'intérieur d'une vitrine.

L'ensemble de ces règles ont été établies de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

Les différentes zones sont délimitées sur la carte ci-dessous :