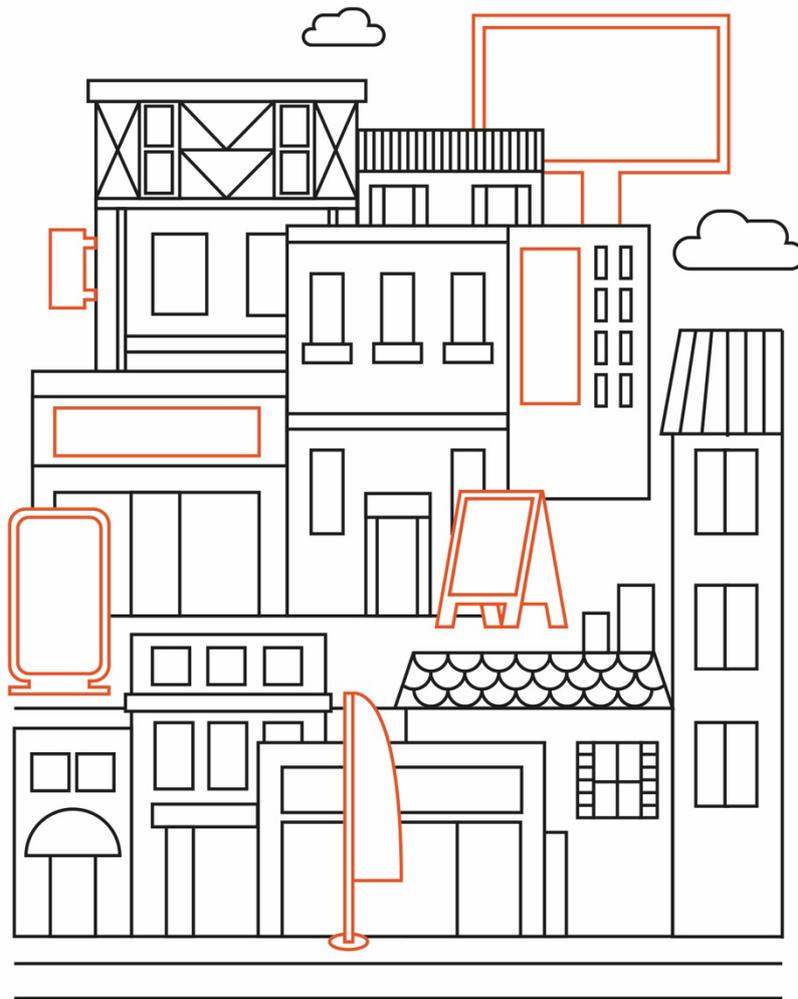


Dossier d'enquête publique

27 mars 2025 au 18 avril 2025

Règlement Local de Publicité (RLP)



Porter connaissance (PAC)

accompagné par le bureau d'études

GOPUS
CONSEIL



**PRÉFET
DU VAL-D'OISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



**Direction départementale
des territoires**

Affaire suivie par Marie DAVID
Tél. : 01 34 25 24 10
Mél : ddt-seaat-penbp@val-doise.gouv.fr

**PORTER A CONNAISSANCE (PAC)
POUR
L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
DE
LA COMMUNE DE SAINT-WITZ**



**PRÉFET
DU VAL-D'OISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction départementale
des territoires**

COMMUNE DE SAINT-WITZ

ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

PORTER À CONNAISSANCE
Article L.132-2 du code de l'urbanisme

Dans le cadre de l'élaboration d'un règlement local de publicité (RLP), le préfet porte à la connaissance de la commune le cadre législatif et réglementaire à respecter dans la conduite de la procédure, ainsi que les dispositions particulières s'appliquant au territoire concerné qui lui seront utiles dans la rédaction du projet de règlement.

Le porter à connaissance prend la forme d'une information permanente qui n'est pas enfermée dans des délais réglementaires. Ce caractère permanent permet à l'État de transmettre des informations complémentaires ou nouvelles, dès qu'elles sont connues, en cours de procédure et jusqu'au moment de l'approbation du document.

Le porter à connaissance est tenu à la disposition du public dès sa transmission à la structure communale. En outre, tout ou partie de son contenu peut être annexé au dossier soumis à l'enquête publique.



I – RAPPELS RÉGLEMENTAIRES RELATIFS AU RLP

1-1 – RÉFÉRENCES JURIDIQUES

Réformé par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (dite loi Grenelle II) et ses décrets d'application, le droit de la publicité extérieure est codifié aux articles L.581-1 et suivants et R.581-1 et suivants du **code de l'environnement (CE)**.

Plus particulièrement, les dispositions relatives aux règlements locaux de publicité sont mentionnées aux articles L.581-14 à L.581-14-3 et R.581-72 à R.581-80 du code de l'environnement.

Les procédures d'élaboration et de révision du RLP sont celles des plans locaux d'urbanisme, définies au titre V du Livre 1^{er} du code l'urbanisme.

En outre, cette procédure requiert un avis de la **commission départementale de la nature, des paysages et des sites (CDNPS)** avant que le projet de RLP soit soumis à l'enquête publique.

Une fois le RLP approuvé, et sans préjudice des obligations de transmission des délibérations fixées par l'article L.2131-1 du code général des collectivités territoriales et des formalités de publication fixées par les articles R.123-20 et suivants du code de l'urbanisme, le RLP approuvé est également mis à disposition sur le **site internet de la commune** et **annexé au plan local d'urbanisme** (L.581-14-1 alinéa 5 et R.581-79 du code de l'environnement). Cette disposition concerne toutes les pièces constitutives du RLP, et non pas la seule partie réglementaire.

Le schéma récapitulant les principales étapes de la procédure est annexé à ce présent porter à connaissance (annexe n°1).

Le règlement local de publicité établit des prescriptions pour l'ensemble du territoire communal, ou des prescriptions spécifiques selon un zonage qu'il définit. Il n'existe pas de règles de dénomination des zones.

Eu égard aux interdictions de la publicité en dehors des lieux qualifiés d'agglomération, il est essentiel d'**actualiser les limites de l'agglomération**, fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route, et de repositionner si besoin, les panneaux de signalisation d'entrée « EB10 » et de sortie « EB20 » de l'agglomération.



Le terme « agglomération » est défini à l'article R.110-2 du code de la route comme il suit : « 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 ». L'arrêté délimitant les limites de l'agglomération doit ainsi correspondre à la « réalité physique » de l'agglomération.

La loi Grenelle II prévoit la possibilité de déroger à l'interdiction légale de la publicité dans certains lieux, notamment :

- hors agglomération : à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L.581-7 du code de l'environnement) ;
- en agglomération : dans les secteurs protégés mentionnés à l'article L.581-8 du code de l'environnement (aux abords des monuments historiques notamment).

La réintroduction de la publicité dans ces lieux, et plus particulièrement dans un secteur protégé, est une mesure d'exception. Si le RLP le prévoit, toute forme de publicité autorisée doit être limitée et dûment motivée dans le rapport de présentation.

D'une manière générale, les dispositions du RLP doivent concilier la liberté d'expression, la liberté du commerce de l'industrie et la protection du cadre de vie.

1-2 – CONTENU D'UN RLP

Conformément aux dispositions des articles R.581-72 à R.581-78 du CE, précisées dans l'instruction du gouvernement relative à la réglementation des publicités, des enseignes et des préenseignes du 25 mars 2014 (NOR : DEVL1401980J), le RLP comprend :

- un rapport de présentation ;
- un règlement ;
- des annexes.

Voir tableau synthétique du contenu d'un RLP en annexe n°2.

1 – Le rapport de présentation

La réalisation d'un rapport de présentation dans un RLP est une exigence introduite par la loi Grenelle II. Son contenu est libre mais l'article R.581-73 du CE impose au minimum qu'il s'appuie sur un diagnostic des publicités, des pré-enseignes et des enseignes installées sur le territoire communal, qu'il précise des orientations et des objectifs en matière de publicité extérieure et qu'il justifie les choix ainsi que les règles et les motifs de la délimitation des zones si elles existent.

À cet effet :

- **Le diagnostic comprend une analyse des dispositifs existants**, en mettant en évidence les éléments positifs et négatifs en matière d'intégration ou de qualité des matériaux, et en relevant les infractions au regard des règles qui leur sont opposables.

Il identifie également les lieux et immeubles où la publicité est interdite.

Le diagnostic doit également permettre de déterminer les enjeux paysagers et architecturaux du territoire ainsi que les espaces nécessitant un traitement spécifique (entrées de ville, zones commerciales, espaces et bâtiments patrimoniaux ou remarquables, etc....)

Quelques éléments de méthodologie de l'analyse paysagère figurent en annexe n°3.

Au vu du diagnostic et de ses conclusions, et en fonction des spécificités du territoire et des espaces éventuellement repérés, la commune doit définir les orientations et objectifs du RLP en termes de possibilité d'affichage publicitaire et d'encadrement des enseignes, afin d'assurer leur intégration dans l'environnement. C'est ainsi que des prescriptions, en concertation avec l'architecte des Bâtiments de France, peuvent notamment être établies concernant les caractéristiques des supports autorisés, leurs formes, les matériaux utilisés, leurs couleurs, leurs proportions par rapport aux façades ou aux bâtis, etc.

Une attention particulière est à porter sur les lieux et conditions d'installation des dispositifs publicitaires.

Pour une parfaite information des acteurs économiques et des administrés, le rapport doit permettre de porter à la connaissance des usagers, les règles qui s'appliqueront à chaque catégorie de dispositifs (éventuellement sous la forme des tableaux synthétiques, avec, par exemple des coches vertes pour les dispositifs acceptés et des panneaux interdits pour ceux qui ne sont pas autorisés), aussi bien les prescriptions locales qu'un rappel des règles nationales en vigueur qui s'appliqueront en l'absence de leur adaptation au contexte local.

Le rapport peut être également l'occasion de rappeler les différents emplacements existants, destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif (voir annexe n° 4).

Le rapport de présentation doit permettre aux usagers de comprendre les motivations des règles locales et d'emporter leur adhésion. Il représente ainsi un outil pédagogique dans la mise en œuvre du futur règlement local.

2 – Le règlement

Selon le zonage défini, le règlement comprend les prescriptions relatives aux enseignes, aux publicités et aux préenseignes non dérogoratoires, plus restrictives que les règles nationales, notamment en matière :

- d'emplacements (muraux, palissades, scellés au sol, sur toiture etc.), de densité, de surface, de hauteur et d'entretien ;
- de type de dispositifs admis (micro-affichage, totem, drapeaux etc.) ;
- d'utilisation du mobilier urbain comme support de publicité ;
- de publicités non lumineuses et d'enseignes éventuellement lumineuses (les publicités lumineuses sont interdites à Saint-Witz, en raison du nombre d'habitants dans l'agglomération et au sein de l'unité urbaine, cf page 5 du PAC, II, 2.1).

Dans le préambule de la partie réglementaire, il est recommandé de mettre une mention selon laquelle les dispositions du règlement national s'appliquent en l'absence de prescriptions locales.

Le RLP peut utilement réglementer des dispositifs qui ne le sont pas dans le règlement national. Ce peut être par exemple les enseignes apposées sur clôture ou les enseignes scellées au sol d'une surface de moins de 1 m².

Afin d'éviter tout contentieux sur ce sujet, il est également conseillé de préciser que le calcul du format des dispositifs publicitaires inclut l'encadrement de la structure, sauf en ce qui concerne les mobiliers urbains, où par dérogation à l'article R.581-24-1 du CE, le calcul de la surface unitaire de



la publicité supportée par le mobilier urbain ne prend en compte que la surface de l’affiche ou de l’écran (conformément à l’article R.581-42-1 du CE).

Le RLP peut également prévoir des dispositions selon 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.

Lorsqu’elles existent, le RLP intègre les prescriptions applicables en matière d’harmonisation des préenseignes dérogatoires fixées par le(s) gestionnaire(s) de la voirie (R.581-66 du CE).

Par ailleurs, la rédaction des prescriptions du règlement devra être suffisamment explicite pour qu’il n’y ait pas de confusion possible. Des croquis ainsi que des tableaux récapitulatifs peuvent utilement être introduits pour aider à la compréhension de certaines règles. D’une manière générale, les règles doivent être simples pour faciliter leur mise en œuvre.

Enfin, les rédacteurs d’un RLP peuvent utilement consulter d’autres législations et réglementations distinctes du code de l’environnement, susceptibles d’avoir un impact sur l’implantation de certains dispositifs (voir annexe n°5).

3 – Les annexes

Les annexes comprennent au minimum (article R. 581-78 du CE) :

- un ou des documents graphiques faisant apparaître les **zones ou périmètres identifiés** par le RLP. Aucune indication d’échelle n’est prescrite. Cependant, les documents doivent être d’une précision suffisante quant à la délimitation du zonage pour faciliter l’instruction des dossiers et éviter toute contestation. Au besoin, et pour éviter de surcharger le plan de zonage, une autre carte peut illustrer les secteurs protégés énumérés aux articles L.581-4 et L.581-8 du CE, et les espaces du PLU situés en agglomération où les dispositifs publicitaires non lumineux scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits, conformément aux dispositions de l’article R.581-30 du CE. Il s’agit des espaces boisés classés et des zones à protéger au titre de la qualité des sites, des milieux naturels, des paysages, de leur intérêt du point de vue esthétique et écologique (zones naturelles au titre du 1° de l’article R.151-24 du code de l’urbanisme) ;
- les **limites de l’agglomération** fixées par le maire en application de l’article R.411-2 du code de la route, et généralement représentées par un document graphique, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, comme rappelé à l’article R.581-78 du CE.

Deux cartographies (voir annexes n° 6 et 6 bis) reprennent les données de l’atlas des patrimoines et du PLU de la commune de Saint-Witz. Elles permettent de visualiser les secteurs protégés mentionnés à l’article L.581-8 du CE ainsi que les points de vigilance.

II – DISPOSITIONS RELATIVES À L’AFFICHAGE PUBLICITAIRE S’APPLIQUANT SUR LA COMMUNE AU REGARD DE LA RÉGLEMENTATION NATIONALE

2-1 – POPULATION

Selon l’INSEE, la population légale en vigueur au 1er janvier 2024 de la commune de Saint-Witz est de 2524 habitants. Depuis 2020, la commune de Saint-Witz constitue une unité urbaine autonome (unité urbaine mono-communale).

Les **dispositions nationales particulières** s'appliquant dans les espaces agglomérés de votre commune sont celles s'appliquant aux agglomérations de moins de 10 000 habitants.

En matière de publicité :

- La publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture ne peut avoir une surface unitaire excédant 4,70 mètres carrés, ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol (art. R.581-26 II du CE).
- Les dispositifs non lumineux, scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants [...] (R.581-31 du CE).
- La publicité lumineuse ne peut pas être autorisée à l'intérieur des agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (R.581-34 du CE). La publicité lumineuse de type numérique n'y est donc pas autorisée non plus.
- Le mobilier urbain ne peut pas supporter de la publicité numérique (R.581-42 du CE).
- Les bâches de chantier supportant de la publicité, et les bâches publicitaires ne sont pas autorisées (R.581-53 du CE).
- Les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles ne sont pas autorisés (R.581-56 du CE).



S'agissant des enseignes :

- La surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 6 mètres carrés. Ces enseignes ne peuvent dépasser 6,5 mètres de haut lorsqu'elles ont 1 mètre ou plus de large ; elles ne peuvent dépasser 8 mètres de haut lorsqu'elles ont moins de 1 mètre de large (R.581-65 du CE).

Outre ces dispositions particulières, chaque catégorie de dispositifs doit respecter les conditions générales de leur implantation.

2.2 INTERDICTION DE LA PUBLICITÉ DANS DES SECTEURS SITUÉS EN AGGLOMÉRATION

2.2.1 Interdictions légales

La publicité est interdite sur les immeubles et dans les lieux énumérés aux articles L.581-4 et L.581-8 CE.

- En vertu de l'**article L.581-4 du CE** : outre les arbres, la publicité est notamment interdite sur les immeubles classés ou inscrits au titre des monuments historiques.
La commune de Saint-Witz ne possède pas de monument historique classé, ni de monument historique inscrit.
- En vertu de l'**article L.581-8 du CE** : la publicité est notamment interdite aux abords des monuments historiques définis à l'article L.621-30 du code du patrimoine et dans les sites

inscrits. Concernant les abords de monuments historiques, l'interdiction de la publicité s'applique ainsi dans les périmètres délimités des abords (PDA), et en l'absence de PDA – comme c'est le cas dans votre commune, à un périmètre de 500 mètres autour des monuments historiques et selon les critères de co-visibilité. Ainsi, la commune doit tenir compte, au nord de son territoire, du périmètre protégé des abords de l'église de Survilliers, qui est un monument historique classé.

En agglomération, et sauf si le RLP déroge à l'interdiction de la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8 CE, la publicité sera interdite aux abords des monuments historiques tels que définis au II de l'article L.621-30 du code du patrimoine.

2.2.2 Interdictions réglementaires

- Les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits (R.581-30 CE) :
 - dans les espaces boisés classés en application de 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 du point de vue esthétique ou écologique, et figurant sur un PLU. Ces zones correspondent aux zones du PLU classées en N pour ces motifs (R.151-24 du code de l'urbanisme).
 - Dans et hors de l'agglomération de Saint-Witz, en application de l'article R.581-31 du CE (interdiction valable dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants, ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants).
- Dans le cadre de l'application des articles R.581-31, R.581-48, R.581-53, R.581-56 et R.581-77 du code de l'environnement, une attention particulière doit être portée sur les voies publiques depuis lesquelles la visibilité des dispositifs publicitaires est interdite. En effet, pour mémoire, la RD317 (ex-N7), ainsi que la D16 sont classées « route à grande circulation » ; la commune est également traversée par l'autoroute A1. Ainsi, aucun dispositif publicitaire ne doit être visible depuis ces voies de circulation.

Ces règles nationales sont principalement édictées en raison du fort impact visuel qu'auraient des dispositifs publicitaires implantés dans ces lieux.

Au-delà ces espaces, une réflexion est à mener sur le traitement des éléments identifiés comme étant à protéger ou à mettre en valeur par le plan local d'urbanisme au titre des articles L.151-19 et suivants du code de l'urbanisme qui ne sont pas protégés par les dispositions nationales relatives à l'affichage publicitaire et aux enseignes. Le PLU identifie des zones naturelles et forestières.

Par ailleurs, une réflexion pourrait également être menée sur l'opportunité d'implanter des mobiliers urbains destinés à recevoir les seules informations non publicitaires, puisque leur impact dans le paysage est similaire aux dispositifs publicitaires de même aspect.

III - ANNEXES AU PORTER À CONNAISSANCE

Les annexes comprennent :

- Annexe 1 : schéma simplifié récapitulant les étapes de la procédure d'élaboration ou de révision d'un RLP ;
- Annexe 2 : fiche rappelant le contenu d'un RLP ;
- Annexe 3 : éléments de méthodologie relatifs à l'analyse paysagère ;
- Annexe 4 : fiche rappelant les obligations en matière d'affichage d'opinion ;
- Annexe 5 : fiche rappelant quelques autres législations et réglementations ;
- Annexe 6 : cartographie représentant les secteurs protégés mentionnés à l'article L.581-8 CE ;
- Annexe 6 bis : cartographie représentant les points de vigilance.



**PRÉFET
DU VAL-D'OISE**

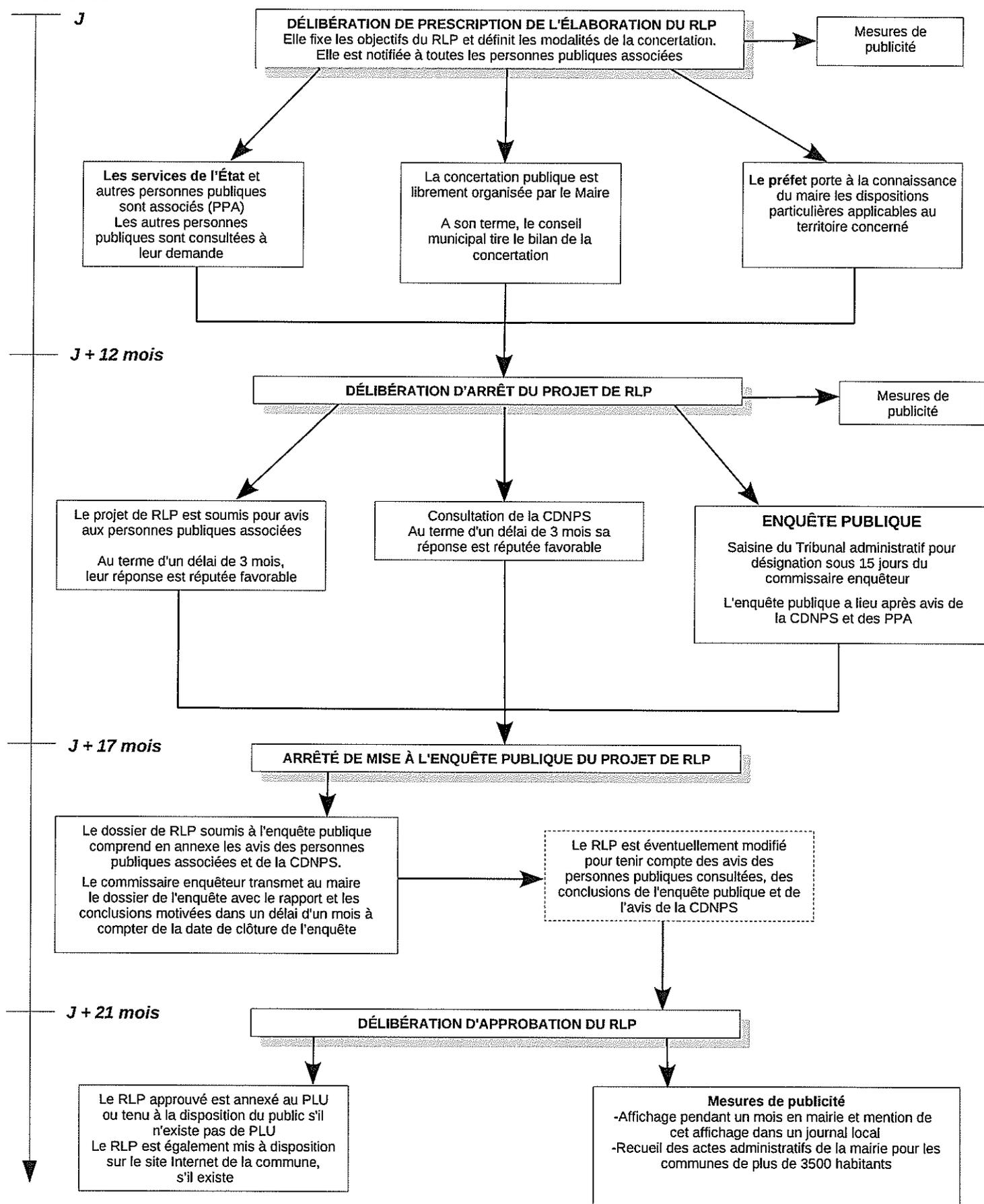
*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction départementale
des territoires**

**ANNEXES
AU
PORTER A CONNAISSANCE
POUR
L'ÉLABORATION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
DE
LA COMMUNE DE SAINT-WITZ**

Procédure d'élaboration d'un RLP

Délais indicatifs



FICHE – CONTENU DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

DOCUMENT	Contenu	Détails (<u>non exhaustif</u>)
RAPPORT DE PRÉSENTATION	Diagnostic	<ul style="list-style-type: none"> État actuel de l’affichage publicitaire (recensement, dispositifs en infraction, qualité des dispositifs, etc.). Identification des enjeux architecturaux et paysagers et des espaces sous forte pression publicitaire. Identification des espaces nécessitant un traitement spécifique.
	Orientations et objectifs	<ul style="list-style-type: none"> Liés aux spécificités du territoire et des espaces identifiés.
	Choix retenus	<ul style="list-style-type: none"> Choix généraux et/ou spécifiques à chaque espace identifié
PARTIE RÉGLEMENTAIRE	Prescriptions	<ul style="list-style-type: none"> Emplacements (muraux, scellés au sol, façade, toiture). Densité. Surface et Hauteur. Type de dispositifs autorisés/interdits (bâches, micro-affichage, etc.).
	Autres prescriptions	<ul style="list-style-type: none"> Unité urbaine > 800 000 hab. = obligations et modalités d’extinction des publicités lumineuses.
		<ul style="list-style-type: none"> Périmètres à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation situés hors agglomération = périmètre et modalités. Autorisations éventuelles dans les lieux visés à l’article L. 581-8 du code de l’environnement = dérogation au code de l’environnement
ANNEXES	Documents graphiques	<ul style="list-style-type: none"> Zones et périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement. = plan (s) de zonage
	Limites de l’agglomération	<ul style="list-style-type: none"> Arrêté(s) municipal (aux) + document graphique.

FICHE - ÉLÉMENTS DE MÉTHODOLOGIE – ANALYSE PAYSAGÈRE

Les études réalisées dans le cadre de l'élaboration du **plan local d'urbanisme de la commune** constituent une ressource d'information importante en matière de connaissance du territoire, d'analyse paysagère et d'identification des enjeux architecturaux, naturels et paysagers.

Ces éléments pourront être pris en considération dans le futur RLP ou être actualisés au regard de l'évolution du territoire communal. Vous pouvez aussi recourir, le cas échéant, à l'expertise d'un paysagiste compétent qui définira, avec toutes les parties prenantes, des objectifs de qualité.

À travers une réglementation de l'affichage publicitaire, adaptée à un contexte paysager local, élaborer ou réviser le RLP revient à :

- se placer dans une **approche paysagère** en tant qu'élément du cadre de vie, au-delà d'une simple approche esthétique ou d'agrément ;
- permettre de rendre cohérentes ses décisions dans l'espace et dans le temps ;
- rechercher des intérêts communs aux acteurs économiques et aux populations qui recherchent, même dans des lieux de chalandise, un cadre de vie de qualité.

À cet effet, il convient tout d'abord d'identifier, de caractériser et de qualifier les différentes unités paysagères ou séquences qui composent le territoire. Vous pouvez vous appuyer, lorsqu'ils existent, sur les éléments relatifs et au patrimoine bâti et architectural contenus dans le PLU, sur les études urbaines ou sur l'atlas des paysages. Ainsi, je vous invite à consulter l'**atlas des paysages** du Val d'Oise, dont la cartographie et la fiche de synthèse relative à l'unité paysagère concernant votre commune sont consultables à l'adresse suivante :

<https://carto2.geo-ide.din.developpement-durable.gouv.fr/frontoffice/?map=a0b29eda-303b-49c4-829a-a9d2203346f1>

À partir d'une analyse paysagère du territoire, on pourra distinguer les différents types d'unités urbaines qui composent le territoire par leurs caractéristiques (forme, volumétrie, centre ancien, quartier pavillonnaire, habitat collectif, zone d'activités, zone commerciale, espaces publics et de loisirs etc.), et qualifier la présence de dispositifs relatifs à la publicité extérieure. Il peut s'agir notamment d'identifier les perspectives et points de vue à enjeux qui concourent à préserver la qualité de vie, l'image de la ville et les paysages remarquables. L'analyse paysagère doit insister sur les visibilités des dispositifs depuis les voiries, particulièrement exposées à la publicité. Le diagnostic paysager doit permettre de repérer les points noirs où la concentration des dispositifs est dommageable à la qualité de l'environnement bâti, et examiner comment la coexistence des enseignes et publicités peut parvenir à ne pas nuire à la visibilité des façades.

Pour chacune des unités paysagères identifiées, il convient, en tenant compte des objectifs de qualité paysagère, de **formuler et de motiver les prescriptions** auxquelles devront répondre les dispositifs à l'intérieur de chacune des unités paysagères (type de dispositifs accepté ou refusé, seuil de densité à respecter, (éventuellement par dispositif), règles jugées nécessaires en fonction des enjeux des paysages considérés (en termes d'harmonisation des enseignes par exemple).

Cette analyse doit impliquer les afficheurs, les commerçants et les habitants, qui ainsi s'approprient plus facilement le sens du règlement, et s'en porteront les garants. Il est donc essentiel de présenter cette analyse lors de la concertation.

<p style="text-align: center;">FICHE - L’AFFICHAGE D’OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS</p>
--

En application de l'article L.581-13 du code de l'environnement, le maire détermine par arrêté et fait aménager sur le domaine public ou en surplomb de celui-ci ou sur le domaine privé communal, un ou plusieurs emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif. Aucune redevance ou taxe n'est perçue à l'occasion de cet affichage ou de cette publicité.

En vue d'assurer la liberté d'opinion et de répondre aux besoins des associations la surface minimale que chaque commune doit réserver à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif est la suivante (article R.581-2 code environnement) :

- 1°) 4 m² pour les communes de moins de 2 000 habitants ;
- 2°) 4 m² plus 2 m² par tranche de 2 000 habitants au-delà de 2 000 habitants, pour les communes de 2 000 à 10 000 habitants ;
- 3°) 12 m² carrés plus 5 m² par tranche de 10 000 habitants au-delà de 10 000 habitants, pour les autres communes.

En application de l'article L. 581-13, les emplacements sont déterminés par arrêté municipal. Ils peuvent être situés sur le domaine public, en surplomb de celui-ci ou bien encore sur le domaine privé communal.

Le ou les emplacements réservés à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif doivent être disposés de telle sorte que tout point situé en agglomération se trouve à moins d'un kilomètre de l'un au moins d'entre eux (article R.581-3 du code de l'environnement). Cela signifie que, quel que soit l'endroit où l'on se situe en agglomération, il doit exister, dans un rayon d'un kilomètre, un emplacement dédié à l'affichage d'opinion et à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif.

Si le maire ne prend pas d'arrêtés relatifs aux emplacements destinés à l'affichage d'opinion ainsi qu'à la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif, le préfet, après une mise en demeure restée sans effet durant trois mois, sera amené à déterminer le ou les emplacements nécessaires. Cependant, l'arrêté préfectoral cessera de s'appliquer dès l'entrée en vigueur d'un arrêté du maire déterminant un autre ou d'autres emplacements.

L'affichage d'opinion ainsi que la publicité relative aux activités des associations sans but lucratif sont interdits dans les secteurs déterminés à l'article L.581-4 du code de l'environnement (immeubles classés, monuments naturels, sites classés, cœur des parcs nationaux, réserves naturelles, arbres et immeubles présentant un caractère esthétique, historique ou pittoresque...).

Si une commune est partiellement en SPR et que des solutions alternatives existent et permettent de respecter le L.581-13 et ses articles d'application, alors le

maire doit appliquer ces mesures et respecter à la lettre l'interdiction.

Si une commune est entièrement couverte par un SPR (ou PNR) ou que des secteurs tellement vastes sont concernés et que le R.581-3 ne peut pas être respecté du fait de cette interdiction, alors l'obligation prend le dessus sur l'interdiction. Le Maire peut alors déroger à l'interdiction

Le règlement local de publicité permet également de déroger à l'interdiction déterminée à l'article L.581-8 du CE et autoriser l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sur les palissades de chantiers dès lors que l'affichage ne dépasse pas les 2m² (R.581-4 du CE).

FICHE - AUTRES LÉGISLATIONS ET RÈGLEMENTATIONS

Un RLP ne peut comporter que des dispositions prévues par le code de l'environnement, néanmoins sa conception peut être influencée par des législations distinctes, susceptibles d'avoir un impact dans l'implantation de certains dispositifs. Sans exhaustivité :

1) Prescriptions relatives à l'utilisation du domaine public

a) Les autorisations de voirie

Selon les dispositions de l'article L.113-2 du code de la voirie routière, « en dehors des cas prévus aux articles L.113-3 à L.113-7 et de l'installation par l'État des équipements visant à améliorer la sécurité routière, l'occupation du domaine public routier n'est autorisée que si elle a fait l'objet, soit d'une permission de voirie dans le cas où elle donne lieu à emprise, soit d'un permis de stationnement dans les autres cas. Ces autorisations sont délivrées à titre précaire et révocable ».

Selon les dispositions de l'article L.2213-6 du code général des collectivités territoriales (CGCT), « le maire peut, moyennant le paiement de droits fixés par un tarif dûment établi, donner des permis de stationnements ou de dépôt temporaire sur la voie publique et autres lieux publics, sous réserve que cette autorisation n'entraîne aucune gêne pour la circulation et la liberté du commerce. Les modalités de la tarification et la gestion matérielle du stationnement des véhicules sur la voie publique sont régies par l'article L.2333-87 du CGCT ».

b) Les règlements de voirie

Les règlements de voirie peuvent comporter des prescriptions sur la publicité et les enseignes lorsque celles-ci sont prévues d'être installées en surplomb du domaine public routier, notamment celles apposées perpendiculairement aux façades.

c) Accessibilité de la voirie aux personnes à mobilité réduite (PMR)

Les aménagements destinés à assurer aux personnes handicapées, quel que soit leur handicap, et aux personnes à mobilité réduite l'accessibilité des voies publiques ou privées ouvertes à la circulation publique et des autres espaces publics doivent satisfaire aux caractéristiques techniques définies dans le décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics et l'arrêté ministériel du 15 janvier 2007 relatif au décret sus-mentionné. Ces textes précisent notamment qu'un cheminement doit avoir une largeur minimale de « 1,40m libre de mobilier ou de tout autre obstacle éventuel et que cette largeur peut toutefois être réduite à 1,20m en l'absence de mur ou d'obstacle de part et d'autre du cheminement ».

2) Prescriptions du code de la route relatives aux publicités, enseignes et préenseignes

En application des articles R.418-1 à R.418-9 du code de la route, « dans l'intérêt de la sécurité routière, sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, sont interdites, lorsqu'elles en sont visibles, la publicité et les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes [...] ».

3) Les recommandations relatives aux plans de prévention des risques d'inondation

Dans les zones inondables, les dispositifs de publicité, d'enseignes ou de préenseignes ne doivent pas gêner l'écoulement des eaux, en cas de crue, ce afin d'éviter de créer des embâcles.

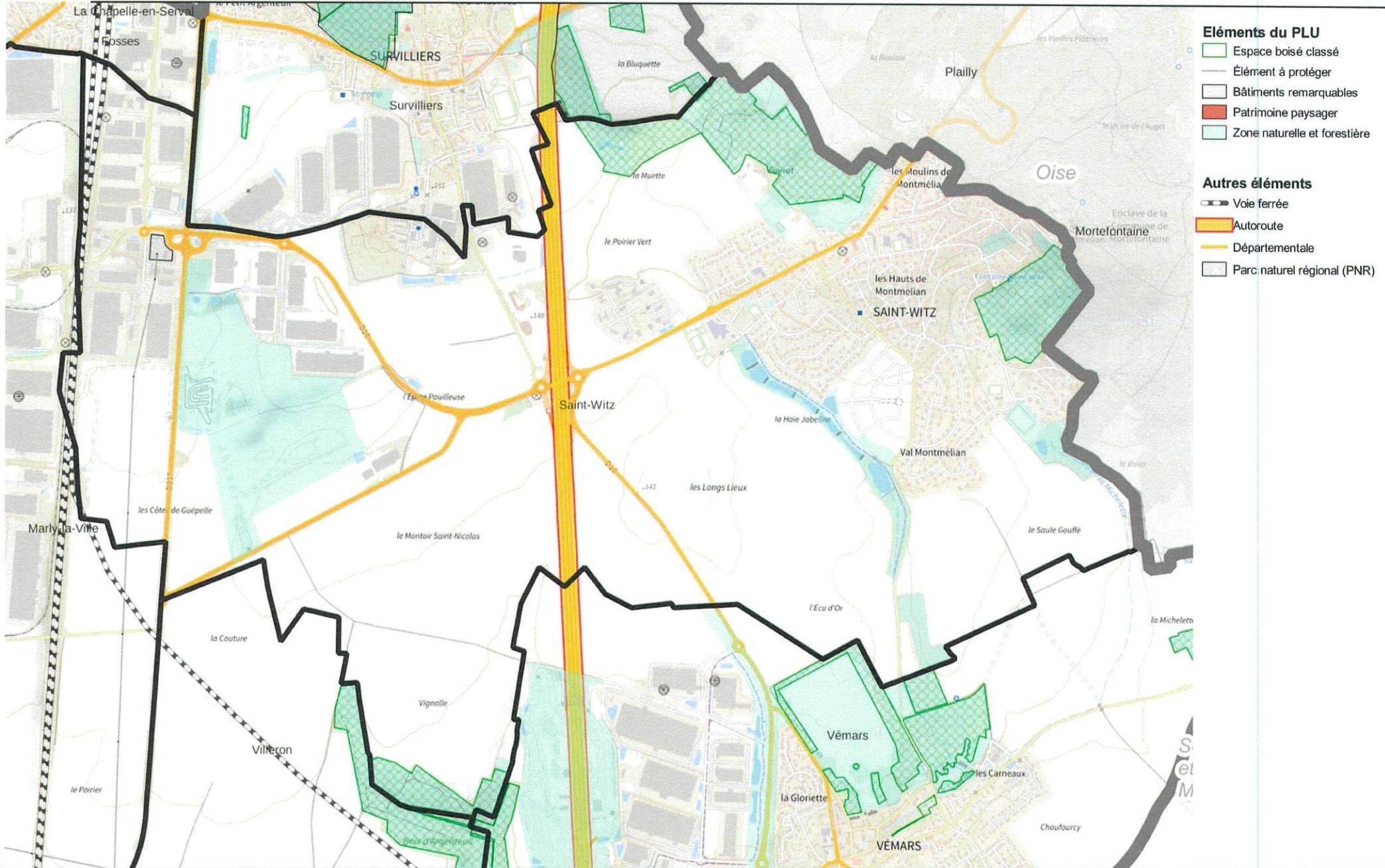
Dans l'article L.562-8 du code de l'environnement, il est précisé que « dans les parties submersibles

des vallées et dans les autres zones inondables, les plans de prévention des risques naturels prévisibles définissent, en tant que de besoin, les interdictions et les prescriptions techniques à respecter afin d'assurer le libre écoulement des eaux et la conservation, la restauration ou l'extension des champs d'inondation ».

4) Régime de déclaration préalable des mobiliers urbains au titre du code de l'urbanisme

Conformément à l'article R.421-25 du code de l'urbanisme, « dans le périmètre des sites patrimoniaux remarquables, les abords des monuments historiques, les sites classés ou en instance de classement et les réserves naturelles, **l'installation de mobilier urbain** ou d'œuvres d'art, les modifications des voies ou espaces publics et les plantations qui sont effectuées sur ces voies ou espaces, à l'exception des travaux d'entretien ou de réparations ordinaires et des travaux imposés par les réglementations applicables en matière de sécurité, **doivent également être précédées d'une déclaration préalable** ».

Les mobiliers urbains visés aux articles R581-42 à R581-47 du code de l'environnement sont également concernés par cette disposition.

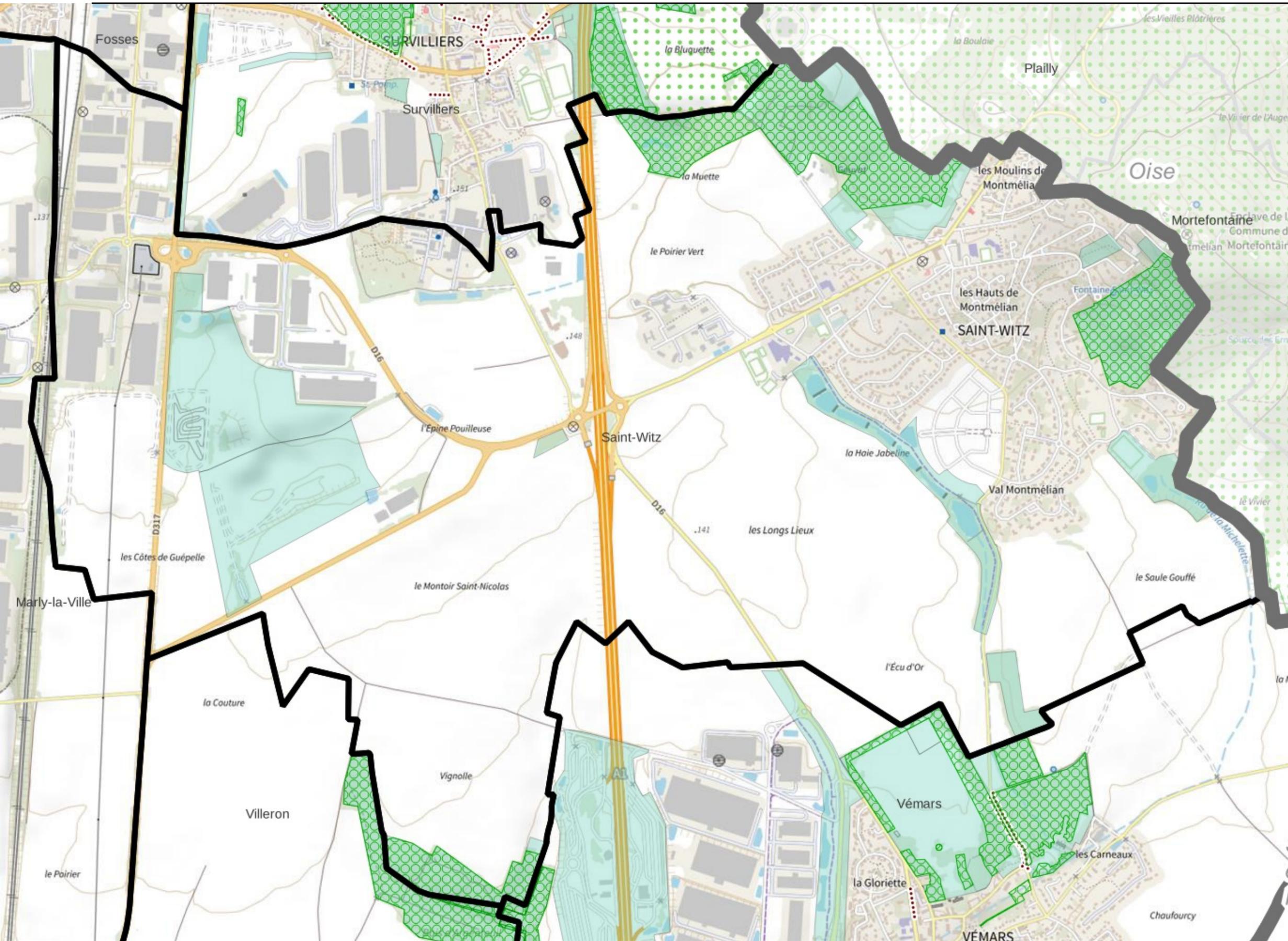


- Éléments du PLU**
- Espace boisé classé
 - Élément à protéger
 - Bâtiments remarquables
 - Patrimoine paysager
 - Zone naturelle et forestière

- Autres éléments**
- Voie ferrée
 - Autoroute
 - Départementale
 - Parc naturel régional (PNR)

Points de vigilance

Commune de Saint-Witz - code INSEE : 95580



Éléments du PLU

- Espace boisé classé
- Élément à protéger
- Bâtiment remarquable
- Patrimoine paysager
- Zone naturelle et forestière

- Parc naturel régional (PNR)

Autres éléments

0 1 2 km

@novembre 2023