

PRÉFET DU VAL-D'OISE

DIRECTION DÉPARTEMENTALE
DES TERRITOIRES

Service d'aménagement
territorial

Mission Publicité extérieure

Affaire suivie par Marlène LEROY
Tél. : 01 34 25 26 98
marlene.leroy@val-doise.gouv.fr
Réf. : SAT/PUB/ML/2019-115

ADICAR

	DESTINATAIRES
MME LE MAIRE	α
ELUE(S) DE SECTEUR	ALB
CABINET DU MAIRE	
DIRECTION(S)	DST
COPIE(S)	NS
DELAI DE REPONSE SOUS 2 SEMAINES	
ELEMENTS DE REPONSE DU CABINET	

Cergy-Pontoise, le

25 MARS 2019

ARRIVE LE
17 AVR. 2019
N° 3000

Le préfet du Val-d'Oise

À

Monsieur le Maire
Hôtel de Ville

2 avenue Foch – BP 70101
95162 Montmorency Cedex

Objet : Révision du règlement local de publicité de votre commune

P. J. : Porter à connaissance + annexes

Par délibération en date du 17 décembre 2018, votre conseil municipal a prescrit la révision du règlement local de publicité (RLP).

Ce RLP, qui s'inscrit dans une politique d'amélioration du cadre de vie et de l'attractivité de votre territoire, aura vocation à mieux encadrer les dispositifs relatifs à la publicité extérieure, notamment dans des secteurs portant des enjeux paysagers et patrimoniaux, aux entrées de ville et en bordure des grands axes de circulation. Il s'agit de garantir un équilibre entre la protection des paysages et la liberté d'expression, la liberté du commerce et de l'industrie.

J'ai l'honneur de porter à votre connaissance les dispositions législatives et réglementaires de la réglementation de la publicité extérieure.

Pour le préfet,
Le Secrétaire Général

Maurice BARATE



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DU VAL-D'OISE

COMMUNE DE MONTMORENCY

RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

PORTER À CONNAISSANCE

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

Dans le cadre de la révision 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 – ELABORATION DES REGLEMENTS LOCAUX DE PUBLICITE

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 L581-1 et suivants et R581-1 et suivants du code de l'environnement (CE).

Plus particulièrement, les dispositions relatives aux règlements locaux de publicité sont mentionnées aux articles L581-14 à L581-14-3 et R581-72 à R581-80.

Les procédures d'élaboration et de révision du RLP sont calquées sur celles des plans locaux d'urbanisme, définies au titre V du Livre 1^{er} du code l'urbanisme. Les étapes de la procédure sont précisées aux articles L153-1, L153-2 et L153-11 et suivants du code de l'urbanisme.

En outre :

- cette procédure requiert un avis de la **commission départementale nature paysages et sites** (CDNPS) avant que le projet de RLP soit soumis à l'enquête publique ;
- sans préjudice des obligations de transmission des délibérations fixées par l'article L2131-1 du code général des collectivités territoriales et des formalités de publication fixées par les articles R123-20 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** (L581-14-1 al. 5 et R581-79 du code de l'environnement). Cette disposition concerne toutes les pièces constitutives du RLP, et non pas la seule partie réglementaire.

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 à l'**interdiction de la publicité en dehors des lieux qualifiés d'agglomération** édictée par l'article L581-7 du code de l'environnement, 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 d'entrée et de sortie d'agglomération (panneaux EB10 et EB20).

Le terme « agglomération » est défini à l'article R.110-2 dudit code comme 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.

Dans la cadre d'un règlement local, il peut être dérogé aux interdictions légales de la publicité dans les lieux suivants, sauf s'ils se situent également dans un site classé :

- hors agglomération : à proximité immédiate des établissements de centres commerciaux exclusifs de toute habitation (art. L581-7 CE) ;
- en agglomération : dans les secteurs protégés mentionnés à l'article L581-8 CE (aux abords des monuments historiques, dans les sites inscrits et autres secteurs protégés).

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.

2-1 – CONTENU D'UN REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

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.

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.

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

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.

- **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 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.

Pour une parfaite information des acteurs économiques et des administrés, le rapport doit permettre de porter à la connaissance des usagers, l'ensemble des règles qui s'appliqueront à chaque catégorie de dispositifs, aussi bien les prescriptions locales que

les règles nationales en vigueur qui s'appliqueront en l'absence de leur adaptation au contexte local. Des représentations graphiques des principales règles accompagneront les textes.

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.

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 dérogoires, 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 et de publicité numérique ;
- de publicités et d'enseignes lumineuses.

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

Il est également conseillé de préciser la surface de la publicité admise en englobant les moulures pour éviter tout contentieux sur ce sujet.

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 dérogoires fixées par le(s) gestionnaire(s) de la voirie (R581-66).

Par ailleurs, la rédaction des prescriptions du règlement devra être suffisamment explicite pour qu'il n'y ait pas de confusion possible. Des croquis peuvent 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.

3 – Les annexes

Les annexes comprennent au minimum :

- 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 (L581-8) et les espaces du PLU où la publicité est interdite : espaces boisés classés, 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 - 1° de l'article R151-24 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.

II – DISPOSITIONS PARTICULIERES 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 2019 de la commune de Montmorency est de 21 457 habitants pour la population municipale et 266 habitants pour la population comptée à part, soit une population totale de 21 723 habitants.

La commune de Montmorency est comprise dans l'unité urbaine de Paris, comptant plus de 100 000 habitants.

Certaines dispositions réglementaires sont différentes selon les critères suivants :

- agglomération de la commune comptant moins ou plus de 10 000 habitants ;
- pour les agglomérations de moins de 10 000 habitants, selon qu'elles sont comprises ou non dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.

Selon ces critères, les **dispositions nationales particulières** s'appliquant sur la commune sont les suivantes :

- la surface unitaire maximale des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol est de 12 mètres carrés ;
- la publicité ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol (pour les publicités lumineuses : surface de 8 mètres carrés, hauteur maximale de 6 mètres) ;
- les bâches et les dispositifs publicitaires de dimensions exceptionnelles sont autorisés.

Votre commune étant comprise dans une unité urbaine de plus de 800 000 habitants, le RLP doit fixer les règles d'extinction des publicités lumineuses lorsque celles-ci sont autorisées.

2.2 INTERDICTION DE LA PUBLICITÉ DANS CERTAINS SECTEURS PROTEGES

Les immeubles et sites concernés par les dispositions des articles L581-4 et L581-8 CE sont les suivants, par loi au titre de laquelle ils ont été institués :

- Au titre de la **loi du 31 décembre 1913** sur les monuments historiques (MH), reprise au code du patrimoine (servitude AC1). Les immeubles faisant l'objet de mesures de classement sont les suivants :
 - Église (Classée MH – liste de 1840)
 - Maison de Jean-Jacques Rousseau (5 rue Jean-Jacques Rousseau) : façades et toitures de la maison et du bâtiment dit le Donjon, et la Maison des Commères (4-6 rue du Mont-Louis) : façades et toitures de la maison ainsi que le jardin (Classées MH le 21/12/1984)
 - Orangerie de l'ancien château de Montmorency (23, 25 et 27 rue du Temple) : façades et toitures (Inscrite MH le 7/09/1977)
- Au titre de la **loi du 2 mai 1930** ayant pour objet de réorganiser la protection des monuments naturels et des sites de caractère artistique, historique, scientifique, légendaire ou pittoresque, reprise dans le code de l'environnement (AC2), la commune est concernée par :

- Butte de l'église (Site classé – arrêté du 5/11/1943)
- Parc de la mairie (Site classé – arrêtés du 8/02/1930 et 5/11/1943)
- Châtaigneraie (Site classé – arrêté du 5/11/1943)
- Place et arbre de la Liberté (Site classé – arrêté du 5/11/1943)
- Place de Verdun (Site classé – arrêté du 5/11/1943)
- Sente des Quatre-Sous avec sa table d'orientation (Site classé – arrêté du 5/11/1943)
- Espace planté le long de la rue du Temple situé près de l'église (Site inscrit – arrêté du 5/11/1943)
- Domaine de Dino avenue Charles-de-Gaulle (Site inscrit – arrêté du 16/07/1943)
- Parc de la propriété le Mont-Louis (Site inscrit – arrêté du 5/11/1943)
- Pont de la rue Saint-Victor et ses abords boisés (Site inscrit – arrêté du 5/11/1943)
- Forêt de Montmorency (Site inscrit – arrêté du 10/05/1976)

Pour mémoire, 3 arrêtés d'inscription au titre des sites ont été abrogés le 05/02/2012 :

- Terrains en contrebas du boulevard d'Andilly (Site inscrit – arrêté du 5/11/1943)
- Propriété Gonse-Boas, chemin d'Andilly (Site inscrit – arrêté du 16/07/1943)
- la maison Jean-Jacques Rousseau dite l'Ermitage et ses abords boisés dans un rayon de 50m (Site inscrit – arrêté du 5/11/1943)

2.3 ESPACES BOISÉS CLASSÉS ET ZONES NATURELLES DU PLAN LOCAL D'URBANISME

En application de l'article R581-30 CE, les dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol sont interdits en agglomération :

- 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 (R151-24 du code de l'urbanisme).

Une réflexion est à mener pour les espaces de même nature ne bénéficiant pas de ces dispositions, identifiés notamment dans le plan local d'urbanisme tels que les espaces paysagers protégés au titre de l'article L151-23 du code de l'urbanisme, ainsi que les parcs et les jardins.

III - ANNEXES AU PORTER À CONNAISSANCE

Les annexes comprennent :

- 2 cartographies représentant les immeubles et périmètres protégés ;
- le schéma récapitulatif des étapes de la procédure d'élaboration ou de révision d'un RLP ;
- fiche rappelant le contenu d'un RLP ;
- fiche rappelant les obligations en matière d'affichage d'opinion ;
- fiche rappelant quelques autres législations et réglementations ;
- éléments de méthodologie relatifs à l'analyse paysagère.



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET DU VAL-D'OISE

COMMUNE DE MONTMORENCY

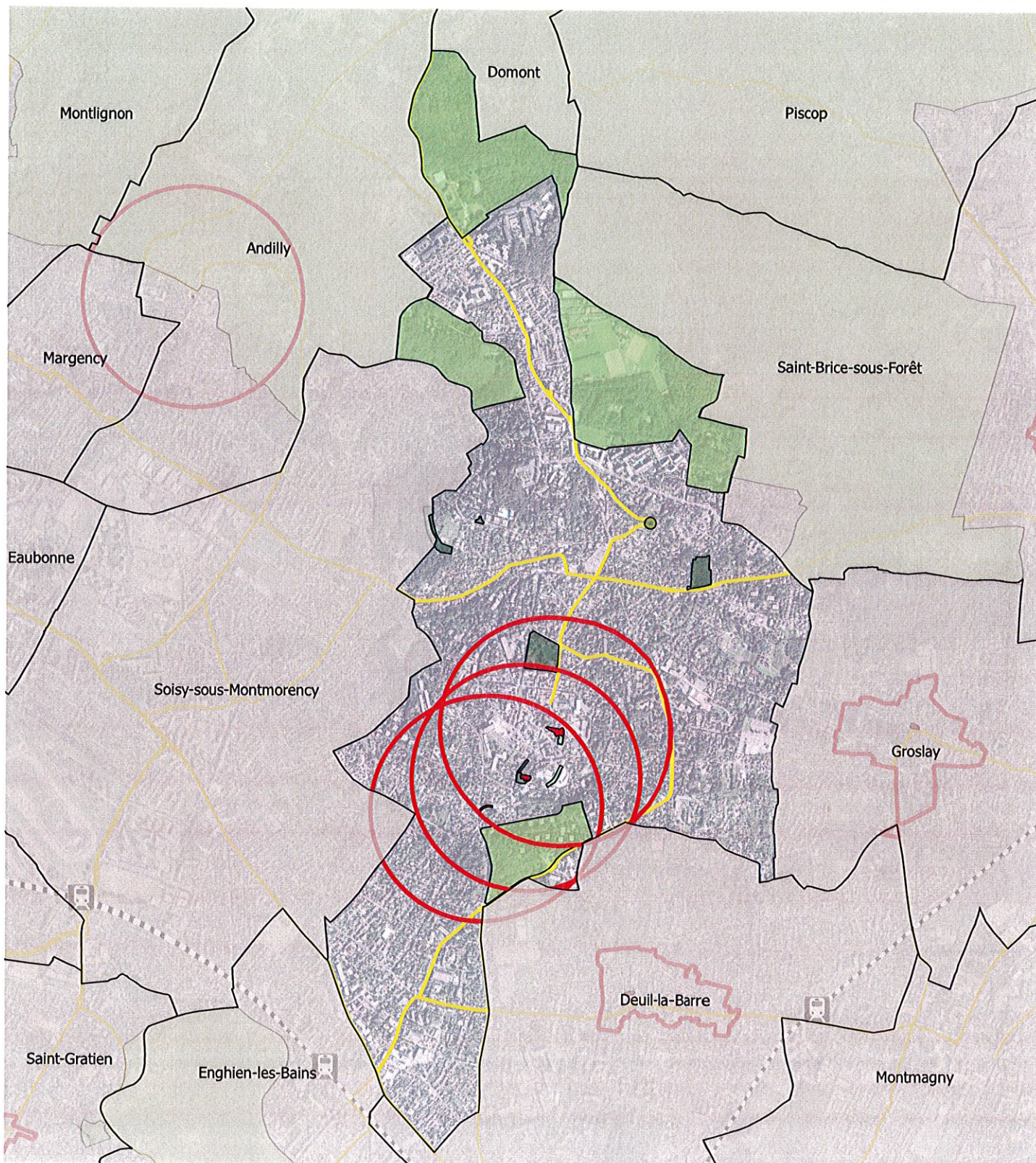
RÉVISION DU RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

**ANNEXES AU
PORTER À CONNAISSANCE**

Les annexes comprennent :

- 1 - cartographie représentant les immeubles et périmètres protégés ;
- 2 - le schéma récapitulant les étapes de la procédure d'élaboration ou de révision d'un RLP ;
- 3 - fiche rappelant le contenu d'un RLP ;
- 4 - fiche rappelant les obligations en matière d'affichage d'opinion ;
- 5 - fiche relative rappelant quelques autres législations et réglementations ;
- 6 - éléments de méthodologie relatifs à l'analyse paysagère.

MONTMORENCY - Immeubles et secteurs protégés



■ Monuments historiques
 Abords de MH

Site classé
 Site inscrit

MONTMORENCY - Immeubles et secteurs protégés



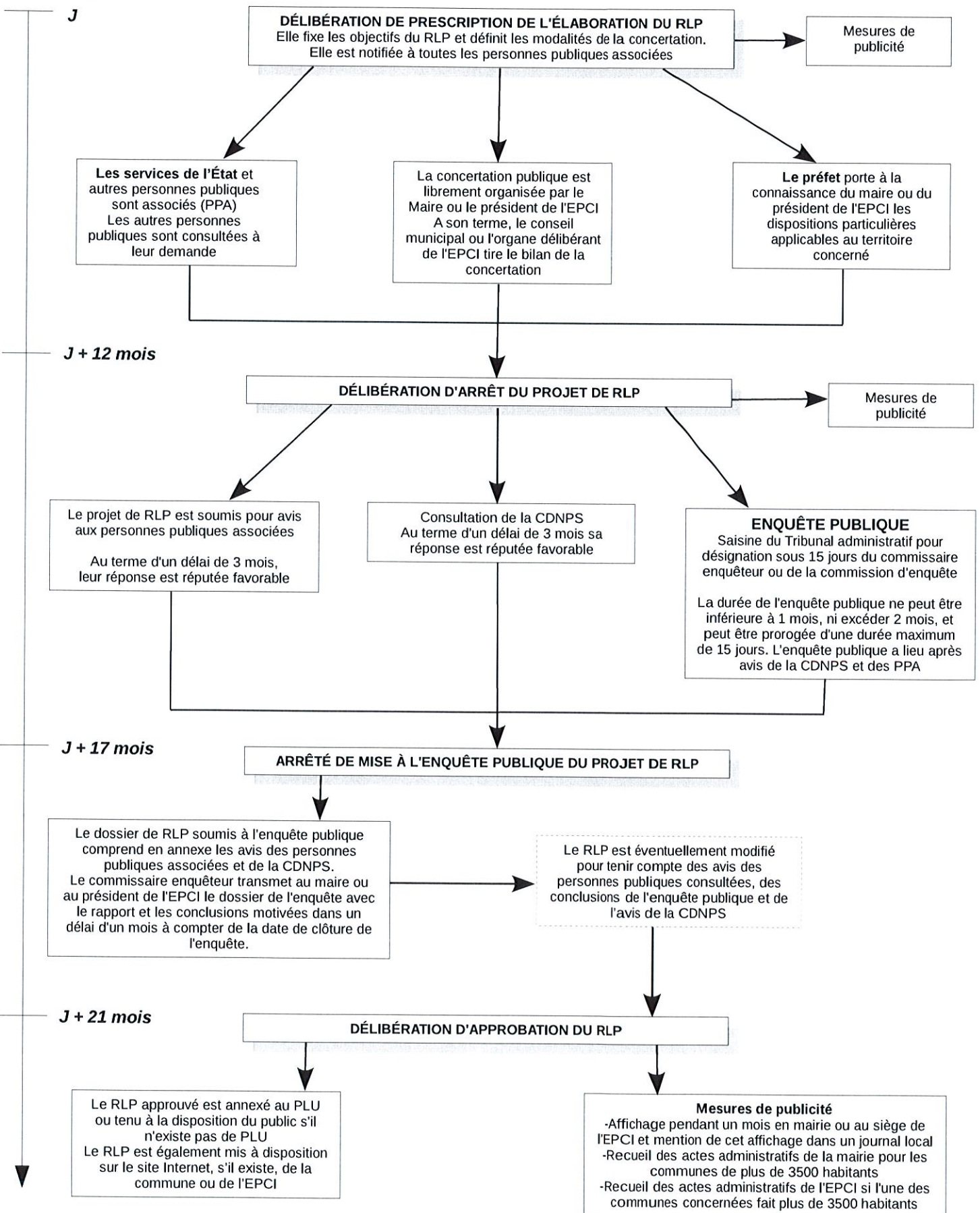
Monuments historiques
 Abords de MH

Site classé
 Site inscrit



Procédure d'élaboration d'un RLP

Délais indicatifs



FICHE – CONTENU DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

DOCUMENT	Contenu	Détails (<u>non exhaustif</u>)
RAPPORT DE PRESENTATION	Diagnostic	<ul style="list-style-type: none"> État actuel de l’affichage publicitaire (recensement, dispositifs en infraction, ...). 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 REGLEMENTAIRE	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, enseignes).
	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.
ANNEXES	Documents graphiques	<ul style="list-style-type: none"> Zones et périmètres identifiés dans le rapport de présentation et le règlement.
	Limites de l’agglomération	<ul style="list-style-type: none"> Arrêté(s) municipal (aux) + document graphique.

L'AFFICHAGE D'OPINION ET PUBLICITÉ RELATIVE AUX BESOINS DES ASSOCIATIONS

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.

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).

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...). Le règlement local de publicité peut déroger à l'interdiction déterminée à l'article L.581-8 et autoriser l'affichage d'opinion et la publicité relative aux activités des associations sur les palissades de chantiers dès lors que l'affichage est supérieur à 2m².

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, 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.

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)

L'article 45 de la loi n° 2005-102 du 11 février 2005 modifiée par ordonnance n°2014-1090 du 26 septembre 2014 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées indique qu'un plan de mise en accessibilité de la voirie et des aménagements des espaces publics doit être établi dans chaque commune à l'initiative du maire ou, le cas échéant, du président de l'établissement public de coopération intercommunale. Ce plan fixe notamment les dispositions susceptibles de rendre accessible aux personnes handicapées et à mobilité réduite l'ensemble des circulations piétonnes et des aires de stationnement d'automobiles situées sur le territoire de la commune ou de l'établissement public de coopération intercommunale.

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 et l'arrêté ministériel du 15 janvier 2007. 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, la publicité, les enseignes, enseignes publicitaires et préenseignes peuvent être interdites sur les voies ouvertes à la circulation publique et en bordure de celles-ci, lorsqu'elles en sont visibles.

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

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

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(i) 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 du paysage. 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 :

http://cartelie.application.developpement-durable.gouv.fr/cartelie/voir.do?carte=03052&service=DDT_95

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.



DIRECTION DEPARTEMENTALE
DES TERRITOIRES

Cergy-Pontoise, le

25 MARS 2019

Service d'aménagement
territorial

Mission Publicité extérieure

Affaire suivie par Marlène LEROY
Tél. : 01.34.25.26.98
marlene.leroy@val-doise.gouv.fr
Réf. : SAT/PUB/ML/2019-116

	DESTINATAIRES
NOM DE L'AFFAIRE	α
LIEN(S) DE SERVICE	MLK
CADRE JURIDIQUE	
DIRECTION(S)	DST
COPIE(S)	NS
DELAI DE REPONSE SOUS 2 SEMAINES	
ELEMENTS DE REPONSE DU CABINET	

ADICAB
[Signature]

Le préfet du Val-d'Oise

à

Monsieur le Maire
Hôtel de Ville
2 avenue Foch – BP 70101
95162 Montmorency Cedex

Objet : Association des services de l'État à l'élaboration du règlement local de publicité de votre commune

P. J. : Coordonnées des services de l'État

Par délibération en date du 17 décembre 2018, votre conseil municipal a prescrit la révision du règlement local de publicité (RLP).

Je vous propose d'associer à l'élaboration du RLP de votre commune :

- la Direction Départementale des Territoires (Service d'aménagement territorial) ;
- l'Architecte des bâtiments de France.

Dans le cas où le RLP prévoit de déroger à l'interdiction de la publicité dans un lieu mentionné à l'article 1 du L581-8 du code de l'environnement, je vous propose d'associer également l'inspectrice des sites de la Direction régionale et interdépartementale de l'environnement et de l'énergie (DRIEE), compétente sur le territoire du département du Val-d'Oise.

Dans le cadre de l'association de mes services et afin de favoriser l'information et les échanges, qui doivent avoir lieu pendant toute la durée de l'élaboration du projet, je vous propose l'organisation de deux réunions auxquelles sera convié l'ensemble des services de l'État associés.

Elles auront pour objet, dans un premier temps, la présentation du diagnostic, d'une première ébauche du zonage et du règlement et, dans un second temps, la présentation du RLP dans son ensemble.

Pour une meilleure efficacité, je vous demande de bien vouloir transmettre aux services associés les documents préparatoires à ces réunions au plus tard 15 jours avant la date fixée.

Par ailleurs, le service d'aménagement territorial peut utilement être associé à certaines réunions techniques avec le bureau d'études vous accompagnant, ou lors de la concertation avec les professionnels de l'affichage.

Une fois le projet arrêté, je vous serais reconnaissant d'adresser la délibération arrêtant le projet accompagné du projet de RLP au service d'aménagement territorial de la direction départementale des territoires du Val-d'Oise, comme suit :

- dans le cadre de la **notification du projet à l'État** : en 1 exemplaire papier ;

- dans le cadre de la **saisine de la commission départementale de la nature, des paysages et des sites** (CDNPS) : en 1 exemplaire papier, accompagné du courrier de saisine de la CDNPS pour avis.

Pour faciliter la consultation des services en vue de l'élaboration de l'avis de l'État, je vous demande également de bien vouloir transmettre ces documents à l'adresse suivante :

ddt-pub@val-doise.gouv.fr

Il vous appartiendra d'adresser également un dossier aux autres personnes publiques qui seront associées à l'élaboration du RLP.

Le dossier de RLP qui sera soumis à l'enquête publique sera celui arrêté par le conseil municipal, accompagné de l'avis des personnes associées, dont ceux de l'État et de la CDNPS.

Aucune modification ne devant être apportée au document avant l'enquête, je vous invite à communiquer l'ensemble du projet de RLP aux personnes associées lors de la seconde réunion qui aura lieu avant l'arrêt du RLP, afin de pouvoir prendre en compte leurs éventuelles remarques avant l'arrêt du projet.

Pour le préfet,
Le Secrétaire Général

Maurice BARATE



Direction départementale des territoires du Val-d'Oise

Service d'aménagement territorial (SAT)

Immeuble Le Mercury

1 rue de la Croix des Maheux

CS 21234 Cergy

95095 CERGY-PONTOISE CEDEX

Téléphone : 01.34.25.26.00

Courriel : ddt-pub@val-doise.gouv.fr

Architecte des bâtiments de France

Unité Départementale de l'Architecture et du Patrimoine

37 rue de la Coutellerie

95300 Pontoise

Téléphone : 01.30.32.08.44

Fax : 01.30.73.93.75

Courriel : sdap.val-doise@culture.gouv.fr

Inspectrice des sites du Val-d'Oise

DRIEE IF/SNPR/PPS

12 cours Louis Lumière – CS 70027

94307 VINCENNES CEDEX