



RLPi SEINE-EURE AGGLO

ENQUÊTE PUBLIQUE

OBSERVATIONS SNPE

Les entreprises adhérentes du Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE) ont pris connaissance avec une très grande inquiétude des dispositions du projet de règlement intercommunal de la publicité de Seine-Eure Agglo.

Ce RLPi ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie de la commune et le dynamisme économique, commercial, associatif et touristique des acteurs locaux.

Les limitations incohérentes des formats engendrent une perte de patrimoine de l'ordre de 100 % qui s'apparente à une interdiction déguisée de la publicité sur le domaine privé de l'agglomération.

La publicité extérieure est pourtant secteur qui doit être économiquement préservé.

Média de proximité, elle permet aux acteurs économiques locaux de se faire connaître et d'assurer leur développement et leur notoriété, primordiaux dans une optique de relance économique et de redynamisation des territoires et des centres-villes en sortie de crise sanitaire.

Elle apporte également des ressources non négligeables aux collectivités locales et participe au développement économique des territoires.

Tel qu'il est rédigé, ce RLPi privera les collectivités et les bailleurs privés d'importantes ressources financières.

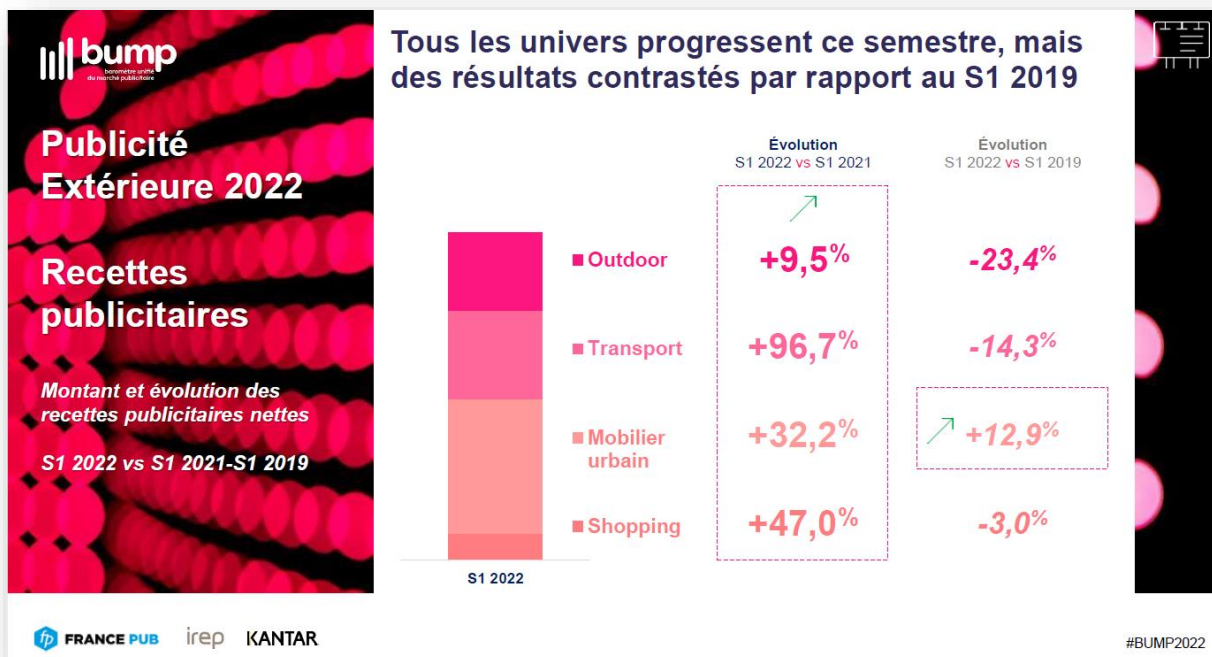
Les entreprises de communication extérieure (publicité extérieure et enseignes) acquittent chaque année auprès des villes la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE) permettant de contribuer significativement au budget de fonctionnement communal.

Les sociétés d'affichage contribuent en outre au pouvoir d'achat des bailleurs privés qui louent leur propriété à des fins publicitaires en échange du versement d'un loyer qui représente un complément de ressource non négligeable, équivalent pour la plupart d'entre eux à un treizième mois de salaire ou de retraite.

LE MARCHE DE LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

La crise sanitaire a affecté la dynamique du marché publicitaire. En 2020, la publicité extérieure, tout secteur confondu, a vu son activité chuter de 33,3%. (Source : BUMP, mars 2021).

Même si le secteur se redresse, celui de l'affichage publicitaire sur le domaine privé reste toujours en régression de - 23,4 % vs le S1 2019 (source : BUMP - 1er semestre 2022) alors que le mobilier urbain publicitaire est en plein essor (+ 12,7 %).



Le Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE) représente un panel diversifié d'une quarantaine d'entreprises allant de TPE à des PME de taille nationale qui exercent principalement leur activité dans les territoires.

Afin de comprendre les enjeux d'un RLPI, il est essentiel de rappeler que la publicité extérieure est le média le plus réglementé aux plans national et local.

Le processus engagé par la loi portant engagement national pour l'environnement, dite "Grenelle 2", promulguée le 12 juillet 2010 a profondément modifié le secteur de la publicité extérieure qui a été soumis à des évolutions législatives et réglementaires extrêmement rigoureuses au cours des douze dernières années, notamment en matière d'économie d'énergie.

Plus d'une quinzaine de textes normatifs ont été adoptés dont les dernières en date : la loi Climat et résilience du 22 août 2021, la loi MUPPA (pouvoir d'achat) du 16 août 2022 et le décret du 5 octobre 2022 harmonisant les règles d'extinction des publicités éclairées.

Ces durcissements normatifs successifs de notre secteur ont d'ores et déjà impacté drastiquement notre parc publicitaire :

- Interdiction et suppression d'environ 500 000 préenseignes dérogatoires sur le tout territoire national ;
- Baisse de 50% du nombre de dispositifs publicitaires sur le domaine privé au cours des dix dernières années : de 200 000 à 98 000
- Réduction du format des panneaux publicitaires de 16m² à 12 m² dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, à 10,50m² prochainement, et réduction de 12 m² à 4 m² dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ;
- Et désormais, Extinction définitive des publicités éclairées entre 1h et 6 h du matin sur tout le territoire.

La perte du chiffre d'affaires de l'affichage grand format se monte à 45% sur cette période, hors impact de la crise sanitaire de 2020/2021.

Cette forte diminution du parc publicitaire se poursuit aujourd'hui au fur et à mesure des révisions des RLPi qui engendreront à terme une baisse supplémentaire du nombre de dispositifs publicitaires estimée à 60 %.

C'est dans ce cadre normatif très restrictif que s'inscrit le nouveau RLPi de Seine-Eure Agglo.

ENGAGEMENT VOLONTAIRE DU SNPE POUR UNE PUBLICITÉ PLUS RESPONSABLE

Le Syndicat National de la Publicité Extérieure (SNPE) représente un panel diversifié d'entreprises allant de TPE à des PME de taille nationale qui exercent principalement leur activité dans les territoires.

Ces entreprises sont particulièrement impliquées dans le développement économique de proximité et attachées à la préservation du cadre de vie et de l'environnement de ces territoires.

Le SNPE s'est engagé en 2020 dans une politique d'amélioration sur 10 ans de l'impact environnemental de la publicité extérieure afin de tendre vers l'objectif de neutralité carbone.

Les objectifs de cette démarche se limitent aux objectifs nationaux mais sont ambitieux à l'échelle des entreprises concernées

- ❖ Une réduction de 40 % des consommations énergétiques
- ❖ Une réduction de 40 % des émissions de CO²
- ❖ Le recyclage de 100 % des matériaux pour la fabrication et l'exploitation des mobiliers

Ces engagements et les leviers permettant de les atteindre s'inscrivent déjà dans des actions concrètes de proximité.

A titre d'exemple certains adhérents du SNPE se fournissent déjà exclusivement en Energie verte pour électrifier leur parc et en mobiliers équipés de moteurs basse tension et éclairage LED, dont les composants sont recyclables à hauteur de 97%.

LE RESPECT DE LA LIBERTÉ D’AFFICHAGE

L'article L.581-1 du code de l'environnement dispose que : « *Chacun a le droit d'exprimer et de diffuser informations et idées, quelle qu'en soit la nature, par le moyen de la publicité, d'enseignes et de préenseignes, conformément aux lois en vigueur* »

À ce titre, un règlement local de publicité se doit de concilier, d'une part, la liberté d'affichage et d'expression et d'autre part, la protection du cadre de vie.

Si un régime strict d'interdiction est particulièrement justifié dans les sites les plus sensibles des communes, un régime excessivement contraignant notamment dans les secteurs commerciaux et le long des principaux axes de communication des communes nous paraît en revanche disproportionné.

Tel qu'il est rédigé aujourd'hui, le projet de règlement est à cet égard non conforme à l'avis rendu par le Conseil d'Etat, qui a consacré l'impossibilité pour l'autorité locale de porter une atteinte excessive à l'activité économique des entreprises d'affichage qui ne serait pas expressément justifiée par des considérations tirées de la protection du cadre de vie (CE Sect. Avis 22 novembre 2000 soc. L&P Publicité, AJDA 2001, p.198, note M-C Rouault).

Le Conseil d'Etat considère en effet :

« I. Dès lors que l'exercice de pouvoirs de police administrative est susceptible d'affecter des activités de production, de distribution ou de services, la circonstance que les mesures de police ont pour objectif la protection de l'ordre public ou, dans certains cas, la sauvegarde des intérêts spécifiques que l'administration a pour mission de protéger ou de garantir n'exonère pas l'autorité investie de ces pouvoirs de police de l'obligation de prendre en compte également la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence. Il appartient au juge de l'excès de pouvoir d'apprécier la légalité de ces mesures de police administrative en recherchant si elles ont été prises compte tenu de l'ensemble de ces objectifs et de ces règles et si elles en ont fait, en les combinant, une exacte application.

II. La réglementation locale de l'affichage en zone de publicité restreinte peut, en vertu de l'article 10 de la loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes, "déterminer dans quelles conditions et sur quels emplacements la publicité est seulement admise" et "interdire la publicité ou des catégories de publicité définies en fonction des procédés et dispositifs utilisés". Tout en ayant pour objectif la protection du cadre de vie, elle est susceptible d'affecter l'activité économique de l'affichage. Dès lors un maire, lorsqu'il réglemente cette activité dans une zone de publicité restreinte, doit prendre en compte la liberté du commerce et de l'industrie et les règles de concurrence, dans les conditions mentionnées ci-dessus.

PARITÉ DE TRAITEMENT DOMAINE PRIVE / DOMAINE PUBLIC

Tel qu'il nous est présenté, le projet de RLPi engendre une inégalité de traitement entre la publicité implantée sur le mobilier urbain et la publicité implantée sur le domaine privé, **notamment en matière de format.**

Aux termes de l'article L.581-3 du code de l'environnement constitue de la publicité les dispositifs dont le « principal objet » est de recevoir des inscriptions, formes ou images, destinées à informer le public ou à attirer son attention.

Les dispositions de cet article ne font pas de distinction entre des messages émanant des acteurs publics ou privés : tous constituent de la publicité à laquelle doivent également être assimilés les dispositifs dont le principal objet est de recevoir ces messages destinés à informer le public.

L'objet principal du mobilier urbain d'information de 2 m² est en tous point semblable à celui des dispositifs strictement publicitaires implantés sur le domaine privé puisqu'il s'agit également de délivrer un message destiné à informer le public.

Si les abris destinés au public et les kiosques à journaux ont un autre objet principal qui est d'abriter les voyageurs et de vendre de la presse, les autres catégories de mobilier urbain publicitaire ont uniquement pour objet de recevoir des inscriptions, formes ou images, qu'ils émanent de l'autorité concédante ou proviennent de la sphère économique.

Leur objet principal est bien, et uniquement, de communiquer de l'information. A la lecture de l'article L.581-3 du code de l'environnement, les mobiliers urbains d'information sont donc des dispositifs dont le principal objet est de recevoir des inscriptions, formes ou images destinés à l'information du public, qu'elles soient commerciales ou non.

Certes, au terme d'une jurisprudence constante du Conseil d'État, « *Le principe d'égalité de traitement ne s'oppose pas à ce que l'autorité investie du pouvoir réglementaire règle de façon différente des situations différentes, pourvu que la différence de traitement qui en résulte soit en rapport avec l'objet de la norme qui l'établit et ne soit pas manifestement disproportionnée au regard des différences de situation susceptibles de la justifier* » (cf. p. ex. CE, 21 juin 2019, n° 420376).

Mais en l'espèce, l'argument qui consisterait à soutenir que des différences de traitement peuvent être instituées en ce qui concerne le mobilier urbain publicitaire d'information ne saurait être recevable.

En effet, qu'ils commercialisent de la publicité sur des dispositifs implantés sur le domaine privé ou sur des mobiliers urbains d'information en tout point similaires, les professionnels de la publicité ont les mêmes objectifs et leur activité posent les mêmes problèmes de protection du cadre de vie. Si l'objet principal du mobilier urbain a ses propres exigences, l'objet publicitaire de ces mobiliers répond aux exigences imposées à tous les publicitaires.

Afin de maintenir une concurrence loyale sur tout le territoire de Seine-Eure Agglo, le SNPE soumet des propositions d'aménagements réglementaires permettant d'améliorer les équilibres du projet de texte et de concilier les objectifs de protection du cadre de vie des communes et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux.

DISPOSITIONS GÉNÉRALES DU RLPI

FORMAT DES PUBLICITÉS

Le projet de règlement limite la surface des dispositifs publicitaires « encadrement compris ».

Article A.9 : LE CALCUL DES SURFACES

La surface des dispositifs publicitaires définie dans le présent règlement, s'applique par face.

La surface unitaire maximale des dispositifs doit englober la totalité du dispositif publicitaire, encadrement compris (dite surface hors-tout).

Les formats proposés, encadrement compris, ne sont pas des formats utilisés par la profession.

Ces limitations ne permettent pas le maintien de nos dispositifs de format standard et s'apparentent à une interdiction déguisée de la publicité.

Remplacer l'intégralité des dispositifs publicitaires pour quelques cm² de trop aurait un impact très négatif en termes de développement durable : ces dispositifs ne peuvent en effet être ni recyclés ni valorisés. Ils devront être stockés et leur traitement par élimination produira des déchets par tonnes, ce qui irait à l'encontre des objectifs du Grenelle de l'environnement en termes de recyclage et de valorisation.

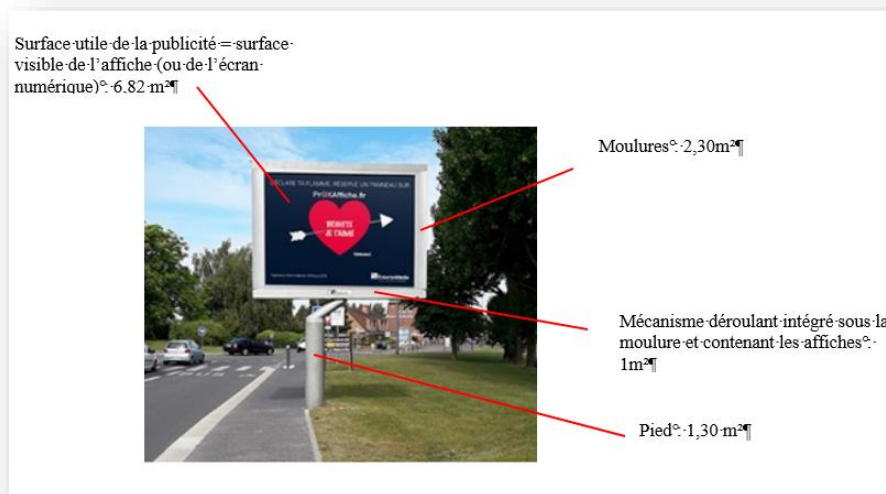
Rappel des formats standards actuels des dispositifs publicitaires

(Moules et trappe de fonctionnement comprises)

Les formats des dispositifs publicitaires ont été standardisés depuis trente-cinq ans.

- Dispositifs publicitaires de 2m² :
 - Format moyen de la publicité : 1,97 m² ;
 - Format moyen du dispositif encadrement compris : 3 m².
 - Format moyen d'un dispositif déroulant : 3,7m²
- Dispositifs publicitaires de 4m² :
 - Format moyen de la publicité : 3,96 m² ;
 - Format moyen du dispositif encadrement compris : 4,7 m².
 - Format moyen d'un dispositif déroulant : 5,30 m².
- Dispositifs publicitaires de 8m² :
 - Format moyen de la publicité : 6,92 m² ;
 - Format moyen d'un dispositif déroulant : 10,50 m².

Vous trouverez ci-dessous les côtes d'un dispositif publicitaire « standard » et « déroulant » dit de 8m² qui présentent une surface encadrement et trappe de fonctionnement compris de 10,50m² mais présentant bien une surface d'affiche de 8m² maximum.



La surface « hors-tout » correspond à la surface de l'ensemble du dispositif publicitaire comportant à la fois le message (sur la surface utile) et son encadrement.

Il existe deux principaux fabricants français de dispositifs publicitaires, les sociétés Gavalsteel et Prismaflex.

Extrait de la fiche technique de mobiliers muraux dits de 2 m² et de 4 m²
Format encadrement compris d'un 2m² = 2,60 m²
Format encadrement compris d'un 4m² = 4,60 m²

SOLSYSTEMS

Caisson mural 2m² à 8m²
Un panneau performant : affichez jusqu'à 5 messages

FORMATS		
Formats	Affichage	Hors tout
2m ²	1180x1750	1346x1946
4m ²	2400x1600	2546x1816
8m ²	3130x2300	3470x2770

CARACTERISTIQUES

Cadre aluminium laqué RAL 9007
Cadre de porte en aluminium peint RAL 9007
Charnières inox
Joint d'étanchéité intégré dans la porte
Vitrage verre trempé de 5 à 10mm
Serrure deux points
Ouverture assistée par vérin
Eclairage Fluo

OPTIONS


RAL au choix
Eclairage Led ou Fluo
Logo


CE, Recyclable, Garantie

Pour un réalisation sur-mesure, contactez notre service commercial contact@solsystems.net

P16

**Extrait de la fiche technique de ces mobiliers déroulant 8m²
Fournisseur : Prismaflex**






DÉROULANT

8M²

	Simple face	Double face (déroulant / statique)	Double face (déroulant / déroulant)
Minimum de commande	1	1	1
Designs disponibles	Pied Rectangulaire Pied Rond Pied COOLA** Pied IDDA Mural	Pied Rectangulaire Pied Rond Pied COOLA** Pied IDDA	Pied Rectangulaire Pied Rond Pied COOLA** Pied IDDA
Eclairage	LED ou tubes fluorescents	LED ou tubes fluorescents	LED ou tubes fluorescents
Consommation électrique maximum (LED / Fluos)	250 / 855 Wh	500 / 855 Wh	555 / 910 Wh
Poids	750 kg	820 kg	850 kg
Dimensions (L x H x P)	3414 x 2758 x 440 mm Mural : 3529x2959x250 mm	3414 x 2758 x 476 mm	3414 x 2758 x 476 mm
Laquage standard	Porte et placage du dos: Gris RAL 9006 / le reste : N100S	Porte et placage du dos: Gris RAL 9006 / le reste : N100S	Porte et placage du dos: Gris RAL 9006 / le reste : N100S
Nb standard d'affiches par face déroulante selon la matière*	3 Paperflex® / 4 Papier 167g - assemblage par zip	3 Paperflex® / 4 Papier 167g - assemblage par zip	3 Paperflex® / 4 Papier 167g - assemblage par zip
Format des affiches (total / visible)	3130x2300mm / 3060x2230mm	3130x2300mm / 3060x2230mm	3130x2300mm / 3060x2230mm

Plan coté du Déroulant 8m² double-face



**Recommandation : matière identique pour la totalité des affiches assemblées.
**Pied COOLA : logo sur la coque (sous le panneau) en option.*

36

Extrait de la fiche technique d'un mobilier déroulant mural dit de 4m²
Fournisseur : Prismaflex

Surface de l'affiche : 4m²
Format hors tout : 5,24m²

PANNEAUX D'AFFICHAGE



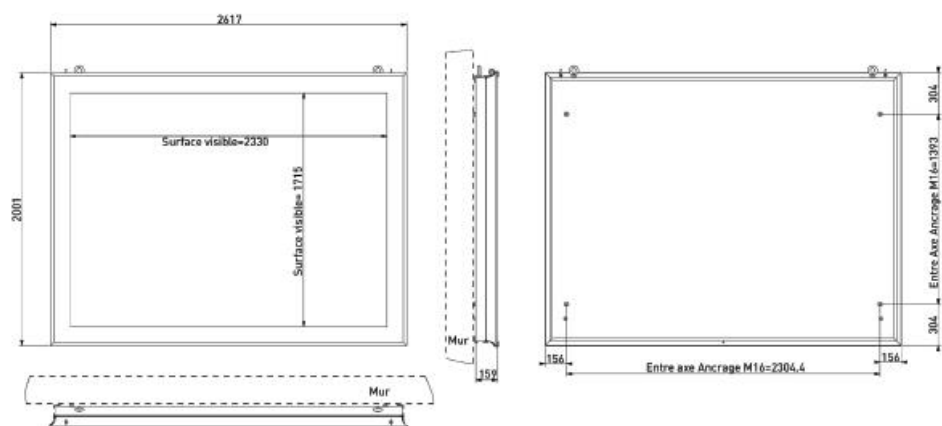
DÉROULANT
MURAL 4M²

Simple face

Minimum de commande	1
Eclairage	LED ou tubes fluorescents
Consommation électrique max (LED / Fluos)	165 / 576 Wh
Poids	360 kg
Dimensions (L x H x P)	2617 x 2001 x 159 mm
Laquage standard	Boite BF4 (Gris Métal), Face avant : vitre sérigraphiée noire RAL9005
Nombre standard d'affiches selon la matière	3 Paperflex® / 4 Papier 167g - assemblage par zip
Format des affiches (total / visible)	2380x1760 / 2230x1715mm



Plan coté du Déroulant Onyx 4m²



Extrait de la fiche technique d'un mobilier déroulant dit de 2 m²
Fournisseur : Prismaflex

Surface de l'affiche : 2m²
Format hors tout : 3,70 m²

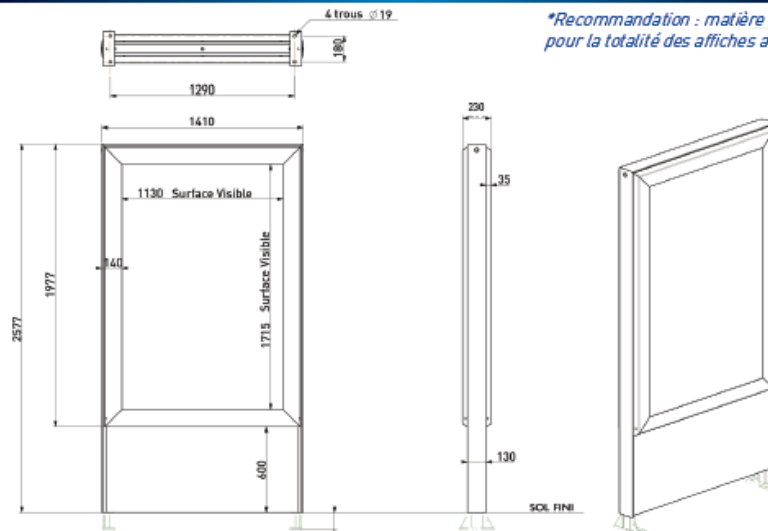
MOBILIER URBAIN



PLANIMÈTRE 2M²
DESIGN TOTEM

	Simple face déroulant	Double face (statique / statique)	Double face (statique / déroulant)	Double face (déroulant / déroulant)
Minimum de commande	1	1	1	1
Eclairage	LED / Tubes fluos	LED / Tubes fluos	LED / Tubes fluos	LED / Tubes fluos
Consommation électrique max (LED / Fluos)	105 / 308 Wh	140 / 200 Wh	175 / 308 Wh	210 / 345 Wh
Dimensions (L x H x P)	1410x2577x230 mm	1410x2577x230 mm	1410x2577x230 mm	1410x2577x230 mm
Poids	180 kg	180 kg	190 kg	200 kg
Laquage standard	Gris Métal G9660 (RAL 9006) / Laquage spécial en option	Gris Métal G9660 (RAL 9006) / Laquage spécial en option	Gris Métal G9660 (RAL 9006) / Laquage spécial en option	Gris Métal G9660 (RAL 9006) / Laquage spécial en option
Format des affiches (total / visible)	1200x1760 / 1130x1715mm	1200x1760 / 1130x1715mm	1200x1760 / 1130x1715mm	1200x1760 / 1130x1715mm
Nombre standard d'affiches par face déroulante selon la matière*	3 Paperflex® / 4 Papier 167g - assemblage par zip	1 Paperflex® / 1 Papier 167g	3 Paperflex® / 4 Papier 167g - assemblage par zip	3 Paperflex® / 4 Papier 167g - assemblage par zip
Autres Options	Version statique non éclairée	Version non éclairée	Version non éclairée	Version non éclairée

Plan coté du planimètre Design Totem



➤ **Le futur décret portant sur le format des dispositifs publicitaires**

Un projet de décret portant modification de certaines dispositions du code de l'environnement relatives à la surface des publicités et des enseignes est en cours d'élaboration par le Ministère de la Transition Écologique et a fait l'objet d'une consultation publique en décembre 2021. Il doit être adopté prochainement.

Ce projet de décret clarifie tout d'abord les modalités de calcul de la surface unitaire des publicités afin de lever toute ambiguïté d'interprétation du droit, en intégrant dans le code de l'environnement la jurisprudence « Oxial » de 2016 du Conseil d'État, selon laquelle cette surface s'apprécie en prenant en compte l'encadrement et tout dispositif dont le principal objet est de recevoir la publicité.

Le projet de décret susmentionné validera à 4,7 m² la surface maximale des publicités murales non lumineuses (soit une surface utile d'affiche de 4 m² maximum) dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (actuellement limitée à 4m²).

« Ce léger relèvement évite aux professionnels de devoir remplacer leurs panneaux existants. L'impact pour le cadre de vie de ces publicités de moindre taille est en effet moins prégnant du fait de leur adossement à une surface pleine ». (Cf. Exposé des motifs du projet de décret)

PROPOSITION SNPE :

Il conviendrait d'autoriser la surface totale des dispositifs, hors pied, comme suit et en fonction des zones réglementées :

Jusqu'à 10,50 m² pour les dispositifs grand format (surface de l'affiche 8m²)

Jusqu'à 5,30 m² pour les dispositifs de petit format (surface de l'affiche de 4m²) dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

Jusqu'à 4,7 m² pour les dispositifs de petit format (surface de l'affiche de 4m²) dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants.

Jusqu'à 3,70 m² pour les dispositifs de petit format (surface de l'affiche de 2m²)

À défaut d'entrée en vigueur du futur décret avant l'adoption du RLPi, il est proposé de ne pas évoquer le format pour les communes de moins de 10 000 habitants, qui s'applique alors à 4m² par défaut et d'indiquer RNP, régime national de la publicité) afin de bénéficier des futures dispositions du prochain décret.

DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SCÉLLES AU SOL

ARTICLE A.6

RECU DE L'ALIGNEMENT DES VOIES OUVERTES À LA CIRCULATION PUBLIQUE

▪ **Implantation :**

Les dispositifs scellés au sol devront être installés à plus d'1m de recul de l'alignement des voies ouvertes à la circulation publique. Cette mesure se calcule à partir du point du dispositif situé le plus près de cette limite.

L'alignement de la voie publique correspond à la limite entre le domaine public routier et les propriétés privées riveraines. Il est fixé soit par un plan d'alignement, soit par un alignement individuel.

Une telle disposition nécessite que le propriétaire de l'unité foncière fasse une demande d'arrêté d'alignement auprès de l'autorité administrative gestionnaire de la voie afin d'en connaître la portée.

Toutefois, dans une large majorité des cas, il n'existe pas de plan d'alignement et la limite « de fait » de la voie publique est alors prise en compte

En effet, en l'absence de mutation de propriété et de plan d'alignement, l'alignement n'est pas matérialisé au risque d'engendrer des discordances entre la limite de fait et la limite de propriété.

Le Conseil d'Etat a ainsi considéré qu'une règle de recul par rapport à la voie publique constitue une restriction illégale de la liberté d'affichage dans la mesure où un dispositif publicitaire est normalement orienté vers la voie publique pour être visible de celle-ci (CE - 06/09/1993 - Montagnac - req. 119-475 ; CE - 14/12/1998 - Dauphin - req. 145 279 ; 145 280 ; 145430)

Proposition SNPE

Retrait du recul de l'alignement

DISTANCE MINIMALE DES DISPOSITIFS SCÉLÉS AU SOL DES BAIES

Les dispositifs publicitaires sont interdits au droit des façades comportant des ouvertures, jusqu'à une distance de 10m de ces façades.

Le projet de règlement interdit les dispositifs scellés au sol implantés à moins de 10 mètres, d'une baie lorsqu'il se trouve en avant du plan du mur.

Cette disposition, qui s'applique sur le terrain d'assiette du dispositif, a pour effet d'interdire la quasi-totalité des dispositifs publicitaires scellés au sol implantés dans la Métropole et s'apparente à une interdiction déguisée de la publicité qui ne pourrait qu'être censurée par les juridictions administratives si elle devait être maintenue en l'état.

La jurisprudence du Conseil d'État n'admet en effet l'instauration de règles de recul dans le cadre d'un règlement local de publicité qu'à la seule condition qu'elle soit circonstanciée et qu'elle n'ait pas pour effet d'interdire de facto ou de manière déguisée l'implantation d'un dispositif publicitaire, ce qui est le cas en l'espèce.

Le SNPE suggère de reprendre les dispositions de l'article R.581-33 du code de l'environnement qui impose aux dispositifs publicitaires scellés au sol deux règles de recul très restrictives :

- Un dispositif publicitaire scellé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres d'une baie d'un immeuble d'habitation situé sur un fonds voisin ;
- L'implantation de ce dispositif ne peut être faite à une distance inférieure à la moitié de sa hauteur d'une limite séparative de propriété.

Ces deux règles de recul, d'ordre réglementaire, ont pour effet de répondre à la problématique de la Métropole en termes de protection du cadre de vie.

Le SNPE propose néanmoins de l'assortir d'une disposition permettant de réglementer raisonnablement le recul du dispositif implanté parallèlement à une baie, sur son terrain d'assiette.

Proposition SNPE

Un dispositif publicitaire scellé au sol ne peut être placé à moins de 10 mètres 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.**

Sur le même fonds, si la projection orthogonale du cadre du dispositif sur une baie principale a pour effet de la recouvrir entièrement ou partiellement, le dispositif devra être implanté en recul de 5 mètres de cette baie.

Le terme « baie principale » désigne les fenêtres des pièces principales (séjour, salon, salle-à-manger ...).

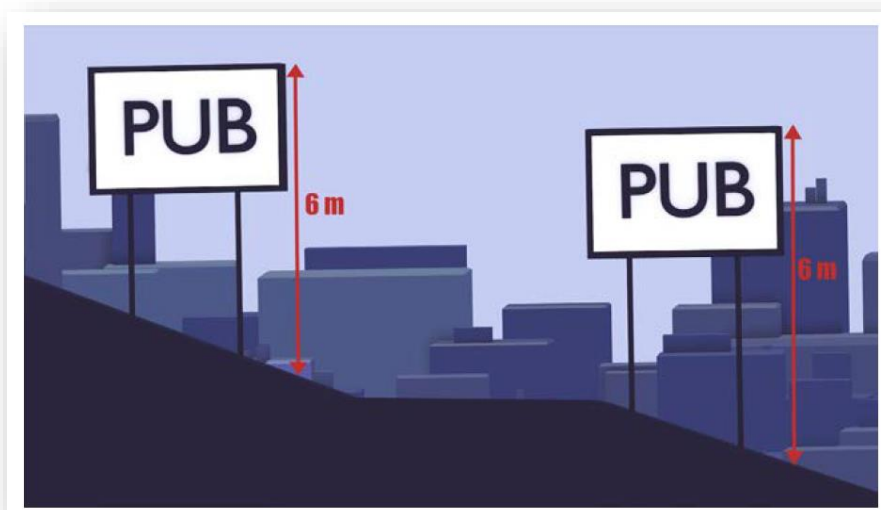
LA HAUTEUR DES DISPOSITIFS SCÉLÉS AU SOL

Leur hauteur est limitée à 6m par rapport au niveau du sol. La hauteur du dispositif se calcule du point le plus bas du terrain naturel au point le plus haut du dispositif.

Telle qu'elle est rédigée, cette disposition peut porter à interprétation dans le cas des terrains en dénivelés ou situés en contrebas d'une voie ouverte à la circulation.

La hauteur du dispositif se mesure depuis le sol, tel qu'il se présente avant les travaux d'implantation du dispositif, sur une ligne verticale jusqu'au point le plus haut du dispositif. Dans l'hypothèse d'un terrain dénivelé, la hauteur maximale se vérifie en tout point du sommet du dispositif qui ne devront jamais dépasser six mètres à la verticale du sol (Cf. Avis n° 106 du TA de Lyon - 7 juin 1983).

Cette hauteur se calcule ainsi à l'aplomb du dispositif et par rapport au terrain sur lequel est implanté le dispositif et non par rapport à la chaussée d'où il est visible.



Proposition SNPE

Nouvelle rédaction : Leur hauteur est limitée à 6 mètres. Cette hauteur se calcule par rapport au sol naturel à l'aplomb du panneau.

PIED-SUPPORT

▪ **Pied-support :**

Le pied-support doit être enterré, à double pieds ou à pied unique.

La largeur du pied unique ne doit pas excéder le quart de la largeur totale du panneau, sans excéder 30cm.

La hauteur maximale du pied-support est de 2m.

Telle qu'elle est rédigée, cette disposition est incohérente et incompréhensible : un pied-support d'une hauteur de 2 mètres ne peut pas être enterré. Le pied unique est limité en largeur mais pas le double pieds ...

- **Le pied-support ne peut pas être enterré.**

Pour des raisons évidentes de sécurité la platine d'ancrage du dispositif doit rester facilement accessible. L'article A.4 impose en outre que les fondations (béton) du dispositif ne dépassent pas le niveau du sol.

Le SNPE suggère de retirer cette disposition.

- **La largeur maximale du pied de 30 cm est trop contraignante.**

Le SNPE suggère de limiter la largeur du pied au quart de la largeur afin de respecter les standards des dispositifs de chacun des opérateurs.

- **La hauteur maximale du pied-support de 2 mètres n'est pas conforme aux normes de sécurité des personnes en situation de handicap qui imposent une hauteur minimale de 2,30 m afin de ne pas gêner le passage.**

Le SNPE suggère de ne pas imposer de hauteur maximale du pied support, la hauteur totale du dispositif étant par ailleurs limitée à 6 mètres de hauteur.

DISPOSITIFS PUBLICITAIRES SUR SUPPORT MURAL

ARTICLE A.7

Article A.7 : LES PUBLICITÉS ET PRÉ ENSEIGNES MURALES

Un seul dispositif mural est admis par façade aveugle.

▪ **Implantation :**

Le dispositif doit être apposé entre un mètre et 6m au-dessus du niveau du sol, sans dépasser les limites de l'égout de toit s'il s'agit d'un mur pignon. La hauteur du dispositif se calcule du point le plus bas du terrain naturel au point le plus haut du dispositif.

Il doit être apposé en retrait de 0.50m de l'arête du mur qui le supporte et parallèlement à celui-ci.

Le cumul de ces règles impacte de manière trop contraignante l'implantation de la publicité sur support mural. Afin d'assouplir ce régime, tout en restant dans l'esprit du texte, le SNPE suggère de retirer la règle de retrait de l'arête du mur.

Proposition SNPE

Retirer le recul des 0,50 m de l'arête du mur.

Ajouter la disposition suivante : un dispositif publicitaire ne peut masquer les chainages d'angles du mur qui le supporte.

RÈGLE DE DENSITÉ

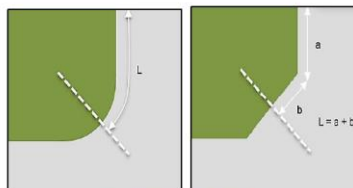
ARTICLE A.8

MÉTHODE DE CALCUL DE LA RÈGLE DE DENSITÉ

▪ **Méthode de calcul :**

Le calcul de la densité prend en compte le côté le plus long de l'unité foncière bordant la voie ouverte à la circulation publique. Les longueurs des voies bordant l'unité foncière ne sont pas cumulées.

Si l'unité foncière se situe à l'angle de deux voies ouverte à la circulation, la longueur du pan coupé est ajoutée pour moitié au linéaire de chaque voie, conformément au schéma ci-dessous :



L'article R.581-25 du code de l'environnement précise que sur les unités foncières dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique d'une longueur au plus égale à 80 mètres linéaire, il peut être implanté deux dispositifs publicitaires puis un dispositif publicitaire supplémentaire par tranche de 80 mètres au-delà de la première.

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

La juridiction administrative a éclairci la portée de cet article en ce qui concerne les unités foncières en angle de rues.

La cour administrative d'appel de Nancy a en effet jugé le 18 mai 2017 (n° 16NC00986) qu'au sens des dispositions de l'article R.581-25 du code de l'environnement, « une unité foncière est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision. Par ailleurs, il résulte de ces dispositions que, pour la détermination du nombre de dispositifs pouvant être installés, 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 ».

Proposition SNPE

Retirer le paragraphe portant sur la méthode de calcul de la règle de densité non conforme à la jurisprudence rendue en la matière.

RÈGLE DE DENSITÉ : NOMBRE DE DISPOSITIFS

▪ **Nombre de dispositifs :**

Un dispositif publicitaire est autorisé par unité foncière, dont la longueur bordant la voie ouverte à la circulation mesure de 20m à 80m.

Un deuxième dispositif est admis dès lors que ce même linéaire excède 80m.

Un dispositif supplémentaire est possible par tranche de 80m entamée de linéaire d'une même unité foncière.

Le projet de règlement interdit la publicité sur support mural sur les unités foncières présentant un linéaire de façade sur rue inférieur à 20 mètres.

Une publicité murale est implantée par nature sur un bâtiment.

Elle n'a pas pour effet de créer un obstacle visuel supplémentaire et n'impacte pas les perspectives environnementales.

Un linéaire de façade minimum pour l'implantation d'un dispositif mural est particulièrement contraignant et n'a aucun impact positif sur l'environnement.

Dans l'agglomération de Seine-Eure, les emplacements publicitaires sur le domaine privé ont la particularité d'être commercialement accessibles aux acteurs économiques locaux qui disposent ainsi d'un outil de communication à leur échelle et indispensable à leur développement.

La règle de densité proposée est mal adaptée au tissu urbain des communes et ne permet pas le maintien de la plupart des emplacements.

Afin de conserver certains emplacements indispensables à notre activité commerciale et assurer une couverture publicitaire homogène de l'agglomération, le SNPE suggère un assouplissement de la règle de densité proposée afin de la rendre plus cohérente avec les linéaires moyens des unités foncières des communes.

Proposition SNPE

Retrait du dernier alinéa imposant un linéaire de façade minimum pour l'implantation d'un dispositif sur support mural.

Unité foncière < 20m : 1 dispositif publicitaire autorisé, mural uniquement.

Unité foncière > 20m : 1 dispositif publicitaire autorisé, mural ou scellé au sol.

Un dispositif supplémentaire est admis par tranche entamée de 50m de façade. Une interdistance de 30 mètres s'applique entre deux dispositifs lorsqu'ils sont scellés au sol.



Unité foncière < 20 mètres



OU



Unité foncière > 20 mètres



OU



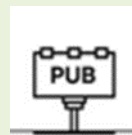
Alignés sur le même mur

Interdistance de 30 mètres

Unité foncière > 50 mètres



ET



**Unité foncière > 80 mètres
Mixité autorisée**

SYSTÈME D'ÉCLAIRAGE DES DISPOSITIFS

ARTICLE A.5

Article A.5 : LA PUBLICITÉ LUMINEUSE

L'éclairage par projection (nécessitant l'installation d'une rampe ou de spots surplombant le panneau) est interdit.

Seules les publicités qui sont éclairées par l'intérieur sont autorisées.

Le projet de règlement interdit l'éclairage des dispositifs éclairés par projection (éclairage au moyen de spots ou rampes d'éclairage) ;

Cette disposition est illégale.

La publicité supportant des affiches éclairées par projection est constituée de dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairages. Elle est soumise aux mêmes dispositions que celles qui sont éclairées par transparence au moyen de tubes néons (caisson lumineux, panneaux vitrines).

Cette disposition comporte une erreur manifeste d'appréciation en ce qu'elle a pour conséquence d'interdire de manière générale et absolue les dispositifs éclairés par projection, sans aucune justification tirée de la protection du cadre de vie, et de n'autoriser que les dispositifs éclairés par transparence.

Cette disposition est également entachée d'une erreur de droit. En effet, le code de l'environnement n'a jamais entendu distinguer ces deux procédés de publicité lumineuse qui sont soumis aux mêmes dispositions en matière d'emplacements, de densité, de surface, de hauteur, d'entretien, d'économies d'énergie et de prévention des nuisances lumineuses.

L'article R. 581-34 du code de l'environnement précise en effet que « *les dispositifs de publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence, lesquels sont soumis aux dispositions des articles R. 581-26 à R. 581-33.* »

Rien ne peut ainsi justifier, notamment en termes de protection du cadre de vie, l'interdiction des dispositifs éclairés par projection.

Proposition SNPE

Retrait du Premier alinéa de l'article A.5

DISPOSITIONS SPÉCIFIQUES DU RLPI

Le long notamment des principaux axes de l'agglomération, les emplacements publicitaires ont la particularité d'être commercialement accessibles aux acteurs économiques locaux qui disposent ainsi d'un outil de communication à leur échelle et indispensable à leur développement.

Afin de conserver notamment certains emplacements indispensables à notre activité commerciale et assurer une couverture publicitaire homogène et cohérente,

Le SNPE suggère **que la publicité soit réintroduite au format 10,50 m² dans les communes de plus de 10 000 habitants afin de préserver la parité de traitement entre le domaine public (mobilier urbain publicitaire) et le domaine privé.**

ZPR 2

ZPRA Les secteurs mixtes à dominance résidentielle
Communes de Louviers et du Val de Reuil

ZPR2B Les secteurs à dominance résidentielle des autres communes

ZPR2-P2. LES PUBLICITÉS ET PRÉ ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL OU POSÉES DIRECTEMENT AU SOL

▪ **Dans le périmètre de la ZPR2.A :**

La surface des dispositifs scellés au sol ou installés directement sur le sol est limitée à 4m².

ZPR2-P3. LES PUBLICITÉS ET PRÉ ENSEIGNES SUR MOBILIER URBAIN

L'affichage d'une publicité ou d'une pré enseigne est autorisé sur le mobilier urbain.

▪ **Dans le périmètre de la ZPR2.A :**

La surface d'affichage est limitée à 6m².

Proposition SNPE

Il conviendrait d'autoriser la surface totale, c'est-à-dire encadrement compris, des dispositifs sur support mural comme suit :

ZP2 A

Parité de traitement avec le domaine public

**Format autorisé jusqu'à 10,50 m²
(Surface de l'affiche de 8m²)**

ZP2 B

À défaut d'entrée en vigueur du futur décret avant l'adoption du RLPI, il est proposé de ne pas évoquer le format (qui s'applique alors à 4m² par défaut) afin de bénéficier des futures dispositions du prochain décret.

ZPR 3

Tronçons de voies structurantes traversant les zones agglomérées de Louviers.

Proposition SNPE

Il conviendrait d'autoriser la surface totale, c'est-à-dire encadrement compris, des dispositifs sur support mural et scellé au sol comme suit :

**Format autorisé jusqu'à 10,50 m²
(Surface de l'affiche de 8m²)**

ZPR 4

Zones d'activités économiques de l'ensemble du territoire

Proposition SNPE

Parité de traitement avec le domaine public

Il conviendrait d'autoriser la surface totale, c'est-à-dire encadrement compris, des dispositifs sur support mural et scellé au sol comme suit :

**Format autorisé jusqu'à 10,50 m²
(Surface de l'affiche de 8m²)**

INTERDICTION DE LA PUBLICITÉ NUMÉRIQUE

Il ressort du projet de RLPI que la publicité numérique est réservée aux seuls mobiliers urbains publicitaires.

Cette disposition est illégale dans la mesure où elle engendre une inégalité de traitement entre supports de publicité selon qu'ils sont implantés sur le domaine public ou le domaine privé. Cette inégalité de traitement selon le lieu d'implantation ne peut trouver son fondement dans le code de l'environnement encore moins en l'espèce au regard des nécessités de protection de l'environnement et du cadre urbain.

Le SNPE suggère d'autoriser dans les mêmes mesure la publicité numérique sur le domaine privé et rappelle que l'article L.581-9 du code de l'environnement soumet l'implantation de la publicité numérique au régime très strict de l'autorisation préalable délivrée par arrêté municipal au cas par cas. La surface de ces publicités est limitée à 8m² moulures comprises.

RÉSUMÉ DES PROPOSITIONS D'ASSOUPLISSEMENT DU snpe

RAPPEL DES PRESCRIPTIONS RLPI

Publicité	ZPR1	ZPR2		ZPR3	ZPR4	ZPR5
		ZPR2A	ZPR2B			
Murale	✗	4m ²	4m ²	8m ²	✗	
Numérique	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Scellée au sol	✗	4m ²	✗	8m ²	✗	
Numérique	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Mobilier urbain	2m ²	6m ²	2m ²	6m ²	6m ²	
Numérique	6m ²	6m ²	✗	6m ²	6m ²	✗

PROPOSITION DU SNPE

Publicité	ZPR1	ZPR2		ZPR3	ZPR4	ZPR5
		ZPR2A	ZPR2B			
Murale	✗	10,50 m ²	RNP	10,50 m ²	10,50 m ²	
Numérique	✗	8 m ²	✗	8 m ²	8 m ²	✗
Scellée au sol	✗	10,50 m ²	✗	10,50 m ²	10,50 m ²	
Numérique	✗	8 m ²	✗	8 m ²	8 m ²	✗
Mobilier urbain	2m ²	8 m ²	2m ²	8 m ²	8 m ²	
Numérique	✗	8 m ²	✗	8 m ²	8 m ²	✗