

RAPPORT D'ENQUETE SUR LE PROJET DE REVISION DU PLAN LOCAL DE PUBLICITE DE GONESSE

Préambule :

Le présent rapport a été établi par le commissaire enquêteur, chargé de mener l'enquête publique relative au projet de la Révision du Règlement Local de la Publicité de Gonesse. Le commissaire enquêteur a été désigné par ordonnance de Monsieur Frédéric Beaufaÿs, le Président par intérim du Tribunal Administratif de Cergy-Pontoise, à la demande de la commune de Gonesse, autorité organisatrice de l'enquête.

Le commissaire enquêteur choisi sur la liste d'aptitude départementale du Val d'Oise, doit respecter des critères d'éthique et d'objectivité.

Dans sa mission, le commissaire enquêteur ne doit pas se comporter en expert, ni en juriste. Son rôle est d'apprécier l'acceptabilité sociale du projet soumis à l'enquête, de l'analyser de manière objective, puis de donner son avis motivé personnel.

Le commissaire enquêteur s'est efforcé de travailler dans le strict respect des textes fixant sa mission et définissant les limites de ses pouvoirs.

C'est ainsi qu'à partir des éléments du dossier, des courriels adressés et consignés dans le registre, des divers entretiens conduits ou consultations opérées, et prenant en considération le mémoire en réponse élaboré par les services de Gonesse, le commissaire enquêteur a rendu un avis personnel motivé, et en toute indépendance.

1- GENERALITES

La **Commune de GONESSE** est maitre d'ouvrage de l'enquête lancée pour réviser le Règlement Local de Publicité (RLP).

La commune de Gonesse possède un RLP approuvé en 2010.

Ce RLP transitoire n'a pas été frappé de caducité au 13 janvier 2021. Pour autant, plusieurs éléments doivent y être mis à jour. En effet, depuis cette date, la planification communale a évolué et le RLP doit être remis à jour.

1-1 Rappel sur le territoire :

Géographie du territoire :

La commune de Gonesse est située dans le Val d'Oise, à environ 12 kilomètres au Nord-Est de Paris. Elle fait partie de la communauté d'agglomération Roissy Pays de France.

Gonesse s'étend sur 2027 hectares.

La population communale est relativement stable depuis les années 1970, elle a faiblement augmenté pour atteindre 25 999 habitants (INSEE, 2017). La commune de Gonesse fait également partie de l'aire urbaine de Paris, qui compte 12 628 000 personnes (INSEE, 2017).

Paysage et Patrimoine :

Centre historique et éléments de patrimoine :

Ancien village à vocation agricole, Gonesse a connu un développement de son centre-ville dès le Moyen-Age. La période industrielle marque la commune par la création d'une voie ferrée à l'ouest de son territoire. Il s'agissait à l'origine de la ligne Paris-Creil. La gare SNCF d'Arnouville-Villiers le Bel- Gonesse ouvre en

1897 à proximité du territoire communal, ce qui a entraîné la création d'un deuxième pôle urbain à Gonesse, après celui du centre-ville.

A partir des années 1950, une urbanisation importante commence notamment avec la construction de nouveaux quartiers comme la Fauconnière, la Madeleine, Le Clos du Temple et le Clos Olivet. A partir de 1971, deux grandes zones d'activités se développent à l'Est de la ville, au plus proche du nœud routier entre l'A1 et l'A3. Dans les années 1990, l'aménagement de la ZAC de la Grande Vallée réunit ces deux pôles en créant un nombre important de nouveaux logements.

Un Site Patrimonial Remarquable – anciennement ZPPAUP créée en 2004 et intégrée au PLU en vigueur - protège le centre-ville historique. Il regroupe des éléments de patrimoine différents tels que les alignements de maisons de la rue Galande, la ferme de la Malmaison, le moulin de la ville, la ferme de Coulanges, la villa Saint-Pierre, la mairie de Gonesse ou encore l'ancien manoir d'Orgemont. Par ailleurs, la commune comprend plusieurs sites protégés prouvant la présence d'activités humaines depuis la préhistoire.

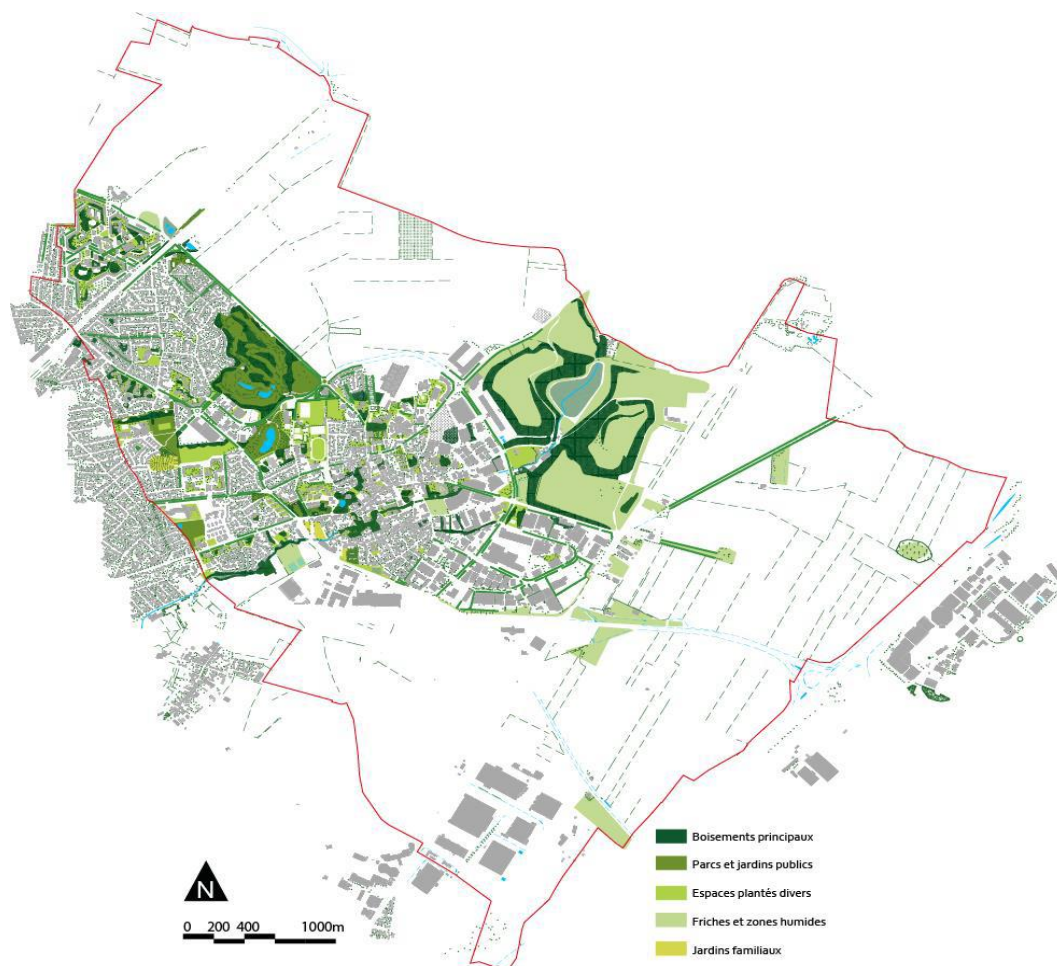
En centre-ville se trouvent quatre édifices protégés au titre des monuments historiques. L'Eglise Saint- Pierre Saint-Paul est classée, tandis que l'ancien prieuré, le Pigeonnier d'Orgemont et le Pigeonnier de Garlande sont inscrits à l'inventaire des monuments historiques.

Espaces naturels :

Gonesse est une ville qui, malgré la proximité des aéroports du Bourget et de Roissy, préserve son cadre naturel.

La trame verte y est ainsi très développée. De grands espaces agricoles entourent la commune, tandis que de grands parcs et espaces paysagers s'immiscent au cœur du contexte urbain. Que ce soit le Parc de la Patte d'Oie, le Golf de Gonesse, les berges du Croult, les alignements arborés ou les jardins de résidences, tous concourent à offrir une trame verte relativement riche et diversifiée.

Une trame bleue, organisée essentiellement autour du Croult, mais également de plans d'eau tels que celui du parc de l'églandier contribuent également à enrichir le cadre de vie.



Trame Verte et Bleue de Gonesse. Source : Rapport de présentation du PLU de Gonesse

Espaces agricoles :

Aujourd'hui, les espaces agricoles, naturels et forestiers, situés essentiellement au Nord et à l'Est de la commune, représentent environ 50% de la superficie de la commune selon le Mode d'Occupation des Sols réalisé par l'Institut Paris Région en 2017. L'ouest et le centre de la commune sont occupés par des

fonctions urbaines telles que l'habitat, les activités économiques diverses et les réseaux de transports, qui représentent 35% de la commune (toujours selon le MOS 2017). Enfin, les espaces ouverts artificialisés représentent 14% de la commune (espaces verts urbains, terrains sportifs, cimetière, etc.). Le territoire fait par ailleurs la jonction entre les communes de la petite couronne très urbanisées au sud, et les communes de la grande couronne davantage rurales au nord ; ce qui explique en partie la présence importante d'espaces naturels sur la commune.

D'un point de vue paysager, Gonesse est située sur le territoire de la Plaine de France, large plaine ouverte en faible pente en direction de la Seine. Les parcelles agricoles ont une vocation économique ainsi qu'une valeur patrimoniale. En 2009, la surface agricole utile représentait 43% du territoire communal.

Ces activités agricoles sont situées à proximité directe des espaces urbains de la commune. Ces derniers sont toutefois séparés des espaces agricoles par des grands réseaux d'infrastructures tels que les routes départementales RD370, RD170, RD970, ou encore la ligne D du RER au nord-ouest. Les vues depuis ces axes sont souvent très ouvertes et binaires, avec d'un côté les espaces urbanisés, et de l'autre les espaces agricoles productifs.

Réseau viaire :

Parmi les voies principales qui traversent la commune, se trouvent les autoroutes A1 et A3 au Sud-Est, qui supportent des trafics de transit et des échanges entre Paris et la banlieue.

Voies ferrées :

A l'ouest, les voies du RER D parcourent la commune sur une partie des parcelles agricoles ainsi qu'au niveau de secteurs résidentiels.

Il faut noter qu'aucune gare ne se trouve sur le territoire communal. La voie ferrée ne constitue donc pas à l'heure actuelle une entrée de ville. Cela pourra être amené à changer avec le projet du Grand Paris Express.

1-2 Objet de l'enquête :

La commune de Gonesse possède déjà un RLP approuvé en 2010. Ce RLP n'a pas été frappé, comme beaucoup, de caducité au 13 janvier 2021. Pour autant, plusieurs éléments doivent y être mis à jour. En effet, depuis 2010, la planification communale a évoluée et le RLP doit être mis en phase :

- La Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager (ZPPAUP) créée en 2004, s'est convertie en Site Patrimonial Remarquable en 2017, suite à la Loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP)
- Le PLU révisé en 2017 a été restitué le 17 décembre 2020 par la Cour d'Appel de Versailles suite à une annulation en première instance par le Tribunal Administratif de Cergy Pontoise. La révision du RLP vise plusieurs objectifs (énoncés dans la délibération de prescription du 26 mars 2018) :
 - Mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale ;
 - Maitriser l'implantation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur le territoire communal ;
 - Participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale, industrielle de la commune tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire ;
 - Réduire la pollution visuelle.

1-3 Références réglementaires et législatives :

Le règlement local de publicité est élaboré, révisé ou modifié conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme définies au titre V du livre 1^{er} du code de l'urbanisme (article L.581-14-1 du Code de l'environnement).

Les procédures d'élaboration, de révision, de modification des documents d'urbanisme font l'objet d'une enquête publique d'une durée minimale d'un mois (article R.123-6 Code de l'environnement). L'enquête publique portant sur le RLP est régie par le Code de l'environnement, et notamment, les articles L. 123-1 et suivants et R. 123-1 et suivants.

Éléments de la procédure :

Cadre réglementaire :

- Articles L.581-14, L.581-14-1 à L.581-14-3, R.581-72, R.581-73 à R.581-80 du code de l'environnement,
- Articles L.132-7 à 132-9, L.153-37 et suivants, L.153-41 et suivants, R.153-20, R.153-21 du Code de l'urbanisme.

Textes régissant l'enquête publique :

Code de l'environnement :

L'enquête publique est régie les articles L.123-1 et suivants et R.123-1 et suivants issus du Chapitre III du titre II du livre Ier parties législative et réglementaire.

À ce titre :

- Il encadre la durée de l'enquête, dont le prolongement peut désormais être de trente jours ;
- Il facilite le regroupement des enquêtes en une enquête unique, en cas de pluralité de maîtres d'ouvrages ou de réglementations distinctes ;

- Il fixe la composition du dossier d'enquête, lequel devra comporter, dans un souci de cohérence, un bilan du débat public ou de la concertation préalable si le projet en a fait l'objet ;
- Il précise les conditions d'organisation, les modalités de publicité de l'enquête ainsi que les moyens dont disposent le public pour formuler ses observations, en permettant, le cas échéant, le recours aux nouvelles technologies de l'information et de la communication ;
- Il autorise la personne responsable du projet à produire des observations sur les remarques formulées par le public durant l'enquête publique ;
- Il facilite le règlement de situations nées de l'insuffisance ou du défaut de motivation des conclusions du commissaire enquêteur en permettant au Président du Tribunal Administratif, saisi par l'autorité organisatrice de l'enquête ou de sa propre initiative, de demander des compléments au commissaire enquêteur ;
- Il améliore la prise en considération des observations du public et des recommandations du commissaire enquêteur par de nouvelles procédures de suspension d'enquête ou d'enquête complémentaire ;
- Il définit enfin les conditions d'indemnisation des commissaires enquêteurs

Code de l'urbanisme :

Bien que principalement régis par le Code de l'Environnement, deux articles issus du Code de l'Urbanisme précisent les conditions dans lesquelles un Plan Local d'Urbanisme est soumis à enquête publique. Ils renvoient également aux articles du Code de l'Environnement.

Article L153-41

Le projet de révision est soumis à enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du code de l'environnement par le président de l'établissement public de coopération intercommunale ou le maire lorsqu'il a pour effet :

- 1° Soit de majorer de plus de 20 % les possibilités de construction résultant, dans une zone, de l'application de l'ensemble des règles du plan ;*
- 2° Soit de diminuer ces possibilités de construire ;*
- 3° Soit de réduire la surface d'une zone urbaine ou à urbaniser ;*
- 4° Soit d'appliquer l'article L. 131-9 du présent code.*

Article L153-43

À l'issue de l'enquête publique, ce projet, éventuellement révisé pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire ou de la commission d'enquête, est approuvé par délibération du conseil municipal. Le plan local d'urbanisme approuvé est tenu à la disposition du public.

La loi n°79-1150 du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes a succédé à la loi de 1943 afin de remédier aux difficultés d'application. Elle permet l'adaptation de la réglementation nationale aux spécificités locales.

Cette loi a été codifiée par ordonnance du 18 septembre 2000. Elle constitue désormais, dans le Code de l'Environnement, le chapitre premier du titre VIII « Protection du cadre de vie » (art L581-1 à L581- 45) au sein du livre V « Prévention des pollutions, des risques et des nuisances ».

Elle a été modifiée par la loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement et cette dernière a fait l'objet de décrets d'applications qui ont modifié la partie réglementaire du Code de l'Environnement (cf. notamment le décret n°2012-118 du 30 janvier 2012, décret n° 2012-948 du 1er août 2012 et décret n° 2013-606 du 9 juillet 2013). Cette réforme est majoritairement entrée en vigueur le 1er juillet 2012. Par conséquent, toute implantation postérieure à cette date doit être conforme à ses prescriptions. En revanche, les dispositifs implantés antérieurement à cette date disposent d'un délai de mise en conformité avec les nouvelles prescriptions. Les nouvelles règles relatives aux pré-enseignes dérogatoires sont quant à elles entrées en vigueur le 13

juillet 2015.

Le **Règlement Local de Publicité (RLP)** est un document qui régit de manière plus restrictive que la règle nationale, la publicité, les enseignes et les pré-enseignes sur une commune. Il permet de lutter contre la pollution et les nuisances, de maîtriser la publicité et les enseignes en entrée de ville et de sauvegarder le patrimoine naturel. Il permet, à ce titre, de maîtriser les dispositifs commerciaux en nombre et aspects, voire de l'interdire dans certains secteurs d'intérêt paysager de la commune, en définissant des zones particulières avec des prescriptions adaptées à chacune d'elles.

Lorsqu'une commune se dote d'un Règlement Local de Publicité, celui-ci se substitue au régime général. Pour tout ce qui n'est pas prévu dans le Règlement Local de Publicité, le règlement national de publicité continue à s'appliquer.

Un RLP entre en vigueur dès sa publication. La mise en conformité des dispositifs existants avec le RLP doit se faire dans un délai de 6 ans pour les enseignes préexistantes, et de 2 ans pour les publicités et pré-enseignes préexistantes.

1-4 Le projet

La loi du 12 juillet 2010 portant Engagement national pour l'environnement (loi Grenelle II), complétée par le décret du 30 janvier 2012, a modifié la réglementation nationale en matière de publicité, pré-enseignes et enseignes.

Le présent règlement local de publicité adapte cette réglementation nationale au contexte local de la commune de Gonesse. Il s'applique sur l'ensemble du territoire communal et à l'intérieur des zones qu'il délimite dans les documents graphiques annexés.

Afin d'assurer la protection du cadre de vie, le présent règlement fixe les règles locales applicables à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes, visibles de toute voie ouverte à la circulation publique. Ces

règles sont nécessairement plus restrictives que la réglementation nationale.

La révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la commune de Gonesse a pour objet d'harmoniser les règles décidées lors de l'élaboration du RLP. Elles sont devenues obsolètes et le zonage est devenu incohérent au fil du temps.

En effet, Gonesse est un territoire contraint par la proximité des aéroports, le nombre important de zones commerciales et industrielles. D'autre part, le site patrimonial et les monuments historiques du centre ville sont à protéger. C'est pourquoi la décision de modifier les périmètres des abords a été prise.

La procédure consiste à mettre à jours différents éléments car la planification communale a évolué et le RLP doit être mis en phase :

- La Zone de Protection du Patrimoine Architectural Urbain et Paysager (ZPPAUP) créée en 2004, s'est convertie en Site Patrimonial Remarquable en 2017, suite à la Loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (LCAP)

- Le PLU révisé en 2017 a été restitué le 17 décembre 2020 par la Cour d'Appel de Versailles suite à une annulation en première instance par le Tribunal Administratif de Cergy Pontoise.

La révision du RLP vise plusieurs objectifs (énoncés dans la délibération de prescription du 26 mars 2018) :

- Mettre le RLP en conformité avec les évolutions du cadre législatif et réglementaire, actualiser le document pour le mettre en adéquation avec la réalité locale ;

- Maitriser l'implantation de la publicité, des enseignes et pré-enseignes sur le territoire communal ;

- Participer au dynamisme de l'activité commerciale, artisanale, industrielle de la commune tout en préservant le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire ;

- Réduire la pollution visuelle.

Par voie de conséquence, le règlement graphique, plan de zonage, sera modifié : L'ensemble des caractéristiques du projet de révision est détaillé dans le dossier de présentation de la révision du RLP.

Rappels généraux sur le RLP :

Afin de mieux comprendre le projet de révision, il convient de rappeler quelques notions générales concernant les RLP.

Un RLP fixe les règles applicables :

Les publicités, enseignes et pré enseignes, sont soumises à une réglementation protectrice de l'environnement et du cadre de vie. Leur installation doit être conforme à des conditions de densité et de format et faire l'objet de déclaration ou d'autorisation préalables en mairie ou en préfecture

Rappel des règles fixées par un RLP :

Une publicité est destinée à donner une information au public ou à attirer son attention. Elle est installée dans un lieu différent de celui où s'exerce l'activité c'est ce qui permet de différencier les publicités des enseignes. Toute inscription, forme ou image – à l'exception des enseignes et pré enseignes – destinée à informer le public ou attirer son attention est une publicité. Les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images sont assimilés à des publicités.

Une enseigne est une information relative à une activité et installée là où s'exerce l'activité Une pré-enseigne est une information signalant où se situe l'activité. A noter que publicité et pré-enseignes ont la même réglementation. Toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce, est une enseigne.

Les pré-enseignes, autres que les pré-enseignes dérogatoires admises

hors agglomération ou les pré-enseignes temporaires, sont soumises aux mêmes règles que la publicité. Toute inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée est une pré-enseigne.

Ces règles ont permis de définir plusieurs orientations pour le RLP :

• Pour la publicité :

- 1 - Interdire la publicité dans certains lieux
- 2 - Harmoniser les règles dans les lieux identifiés
- 3 - Adapter les formats des dispositifs aux lieux environnants
- 4 - Dé-densifier la publicité
- 5 - Veiller à la qualité et à l'esthétique des dispositifs
- 6 - Adopter une règle d'extinction nocturne

• Pour les enseignes :

- 1 - Adapter les enseignes à leur contexte
- 2- Appliquer la réglementation nationale dans les zones commerciales
- 3 - Instituer des préconisations esthétiques
- 4 - Interdire les enseignes sur clôtures
- 5 - Réglementer les enseignes temporaires

Zonage du RLP de Gonesse :

L'élaboration d'un Règlement Local de Publicité est encadrée conjointement par le **Code de l'Environnement** et le **Code de la Route**. Selon le secteur géographique (hors agglomération, ou « agglomération » au sens du Code de la Route), les possibilités de créer des zones de publicités (ZP) sont définies.

Le RLP de GONESSE a retenu les zones suivantes :

Le RLP de la commune de Gonesse est composé de quatre zones de

publicité (ZP1 à ZP4) s'adaptant au mieux aux différentes particularités des secteurs à enjeux, identifiés lors du diagnostic.

Ces zones sont définies sur les documents graphiques annexés au règlement. Chacune dispose de règles spécifiques concernant les dispositifs de publicité extérieure. Des dispositions générales viennent compléter ces particularités en couvrant l'ensemble du territoire communal de principes de base, applicables sur la totalité des zones de publicité.

ZP1 – Centre historique

Le secteur ZP1 correspond au secteur du centre historique de la commune. Le périmètre de la ZP1 comprend l'intégralité du périmètre classé en Site patrimonial Remarquable (SPR) élargie d'une aire cohérente favorisant la valorisation des abords du site.

ZP2 – Secteur résidentiel et commerces de détail

Le secteur ZP2 correspond aux secteurs résidentiels qui comprennent notamment quelques commerces de proximité. Il inclut toutes les zones agglomérées non comprises en ZP1, ZP3 ou ZP4.

ZP3 – Zones industrielles

Le secteur ZP3 correspond aux zones d'activité industrielle. Ces zones présentent de forts enjeux en matière d'affichage. Il inclut des axes routiers fortement impactés par l'affichage publicitaire de grand format.

ZP4 – Zones commerciales

Le secteur ZP4 correspond aux zones d'activités commerciales. Il comprend deux sous-secteurs :

- Un premier couvre le centre commercial de la Grande Vallée et la ZAC entrée sud ;
- Le second couvre la zone Paris Nord 2.

1-5 Analyse des documents présentés :

Conformément à l'article R.123-8 alinéa 2 du Code de l'environnement, le dossier d'enquête publique comprend « *en l'absence d'étude d'impact ou d'évaluation environnementale, une note de présentation précisant les coordonnées du maître d'ouvrage ou du responsable du projet, plan ou programme, l'objet de l'enquête, les caractéristiques les plus importantes du projet, plan ou programme et présentant un résumé des principales raisons pour lesquelles, notamment du point de vue de l'environnement, le projet, plan ou programme soumis à enquête a été retenu* ».

Le projet de révision du RLP comprend un rapport de présentation, un règlement écrit, un zonage, et des annexes.

Le dossier d'enquête publique comprend :

- Le registre d'enquête
- Une note de présentation, faisant notamment mention des textes qui régissent l'enquête publique
- Les différents actes administratifs pris au cours de la procédure
- Le dossier de révision du RLP
- Les avis reçus relatifs au projet de révision du RLP : Avis des communes voisines, Avis des autres personnes publiques associées, Avis de la commission départementale de la nature des paysages et des sites
- Les pièces annexes émises pour la bonne information du public

Les différents documents de présentation étaient très bien présentés et très clairs.

2 - ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE :

2-1 Désignation du commissaire enquêteur :

Par décision de désignation n°**E22000003/95** en date du 03/03/2022, Monsieur Frédéric Beaufaÿs, le Président par intérim du Tribunal Administratif de Cergy, m'a désigné pour conduire cette enquête en qualité de commissaire enquêteur.

2-2 Décision de procéder à l'enquête :

Par arrêté n° 117/2022 en date du 18 mars 2022, Monsieur **Jean-Pierre Blazy**, le maire de Gonesse a ordonné l'ouverture d'une enquête publique relative au projet de révision du Règlement Local de Publicité, du lundi 11 avril 2022 au 13 mai 2022.

2-3 Organisation de l'enquête et visite des lieux :

Le 11 mars 2022, je me suis rendue au service urbanisme de la commune de Gonesse pour définir avec **Monsieur Cédric Renard**, personne chargée de l'enquête, les modalités de l'enquête et le calendrier des permanences pour l'enquête.

Nous avons convenu que 3 permanences seraient suffisantes pour mener à bien le projet de révision.

Afin de conduire correctement l'enquête et pour permettre une bonne organisation, monsieur Renard et moi-même, avons eu régulièrement des réunions téléphoniques ainsi qu'un échange continu de courriels.

Le mardi 15 Mars 2022, Monsieur Renard, m'a fait visiter l'ensemble du territoire de la commune concernée.

Le lundi 4 Avril, je me suis rendue à Gonesse afin de finaliser les modalités de l'enquête, et j'ai préparé le registre.

Déroulement de l'enquête :

L'enquête s'est déroulée **du lundi 11 Avril au vendredi 13 Mai 2022.**

Trois permanences nous semblaient suffisantes étant donné les différentes interventions du public en faveur du projet lors la concertation de la révision du RLP.

En plus des registres mis à disposition sur le lieu d'enquête, le public avait la possibilité de déposer ses observations sur un registre électronique à l'adresse suivante : revision.rlp@mairie-gonesse.fr clos à l'heure de fermeture de l'enquête.

Pendant la durée de l'enquête, le public avait aussi la possibilité de déposer ses observations par voie électronique à cette même adresse. Les observations et propositions du public transmises par voie postale ainsi que les observations écrites reçues par le commissaire enquêteur étaient annexées au registre papier tenu à disposition au siège de l'enquête.

Les observations et propositions du public transmises par voie électronique étaient, en outre, consultables sur les sites internet mentionnés ci-dessus.

2- 4 Information du public et publicité :

La révision du RLP a fait l'objet d'un diagnostic dont les résultats se trouvent dans le rapport de présentation. Ces éléments étaient consultables au siège de la Commune, tout au long de l'enquête publique.

L'avis faisant connaître l'ouverture de l'enquête a été affiché dans les conditions réglementaires sur les panneaux d'affichage de la commune, bien que le nombre de panneaux d'affichage soient très limité dans cette commune.

Les certificats d'affichages de la commune ont été fournis au

commissaire enquêteur. D'autre part, l'affichage a été vérifié par le Commissaire Enquêteur, au moment de ses permanences.

L'avis d'enquête a été publié à 3 reprises dans les journaux suivants :

- la Gazette du Val d'Oise du 30 mars 2022, du 6 avril 2022
- le parisien en date du 1^{er} avril 2022, du 8 avril 2022, du 16 avril 2022
- les échos en date du 19 avril 2022

Les certificats d'insertions dans les journaux sont joints au rapport d'enquête.

2- 5 Permanences :

- Au pôle administration et Sport au 4 place du général de Gaulle à Gonesse, le lundi 11 avril 2022, de 13h30 à 17h30,
- Au pôle administration et Sport au 4 place du général de Gaulle à Gonesse, le vendredi 6 mai 2022, de 9h à midi,
- Au pôle administration et Sport au 4 place du général de Gaulle à Gonesse, le vendredi 13 mai 2022 de 14h30 à 17h.

Dans l'ensemble, l'enquête s'est déroulée normalement et dans de bonnes conditions.

Lors de la **première permanence**, j'ai pu constater que tout était en règle et que l'affichage dans la ville de **Gonesse** était réalisé comme convenu. Je n'ai eu aucun public à la permanence.

La **deuxième permanence** s'est déroulée de la même façon, sans aucun problème. Je n'ai vu personne à cette permanence.

Cependant à l'issue de la permanence, Mr Renard m'a fait part d'un courrier de UPE arrivé dans la matinée. Nous avons ouvert ce courrier ensemble après la permanence.

La **troisième permanence** au même endroit s'est déroulée sans

problème particulier.

A l'issue de cette permanence, j'ai procédé à la clôture du registre que j'ai récupéré dans la foulée.

2-6 Consultation des PPA :

Les maires des communes voisines de Gonesse, concernées par le RLP, et les PPA suivants ont reçu un courrier pour consultation au sujet de la révision du RLP par lettre recommandée le 3 décembre 2021 :

- Madame le maire de Villepinte
- Monsieur le maire du Thillay
- Monsieur le maire de Vaud'herland
- Monsieur le maire de Bouqueval
- Monsieur le maire du Blanc Mesnil
- Monsieur le maire de Dugny
- Monsieur le maire de Tremblay-en-France
- Monsieur le maire d'Aunay-sous-Bois
- Monsieur le maire d'Arnouville
- Monsieur le maire de Bonneuil-en-France
- Monsieur le maire de Roissy-en-France
- Monsieur le maire de Goussainville
- Monsieur le maire de Villiers-le-Bel
- Monsieur le Préfet de Cergy-Pontoise
- Monsieur le directeur de la Direction départementale des territoires
- Madame ou Monsieur la ou le directeur de la DRIEE à Cergy-Pontoise
- Valérie Pécresse, présidente du conseil régional d'Ile de France
- Marie-Christine Cavecchi, présidente du conseil départemental du Val d'Oise à Cergy-Pontoise
- Jean-Baptiste Bellon à l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine à Pontoise

- Pierre Kuchly, président de la Chambre de commerce et d'industrie du Val d'Oise à Cergy-Pontoise
- Monsieur le président de la Communauté d'agglomération Roissy-Pays de France
- Madame la présidente d'Ile de France mobilités
- Jean-Baptiste Bellon à l'unité départementale de l'architecture et du patrimoine à Pontoise
- Madame ou Monsieur de la Direction Générale de l'aviation civile, DGAC/SNIA Nord
- Monsieur le président de l'établissement public territorial Paris terre d'envol
- Jean-Louis Orain, président de la Chambre des métiers et de l'Artisanat du Val d'Oise à Cergy-Pontoise
- Commission départementale de la nature des paysages et des sites (CDNPS)

La formulation des courriers transmis au PPA précisait que la non réponse dans un délai de trois mois valait acceptation du projet.

2-7 PV de synthèse :

Conformément à l'article R.123.18 du code de l'environnement, le mardi 17 Mai 2022, j'ai remis en mains propres, le PV de synthèse de 19 pages à Monsieur Renard.

Je lui ai aussi envoyé par email.

2-8 Mémoire en réponse :

Le Mémoire en réponse m'est parvenu, le vendredi 3 juin par mail et par courrier postal par la suite.

Le commissaire enquêteur en a pris connaissance et observe que le maître d'ouvrage a répondu méthodiquement à chacune des questions posées.

3 - BILAN DES OBSERVATIONS :

Les observations recueillies se répartissent ainsi :

- Aucune observation exprimée dans le registre papier.
- Aucune observation dans le registre électronique.
- un courrier de l'**Union de la Publicité Extérieure (UPE)** annexé au registre.
- un courrier de l'**association Paysages de France** annexé au registre.

Bilan des observations :

Il n'y a aucune observation sur les registres papier, ce qui était prévisible puisqu'il y a déjà un RLP pour la commune et comme nous l'avons précisé, les modifications sont plutôt minimales et plutôt bien accueillies par la population qui a pu en prendre connaissance au moment de la concertation.

D'autre part, les mesures sanitaires prises lors de la pandémie mondiale du Covid 19 n'aident pas au déplacement des personnes ; même si les mesures sont atténuées, certaines personnes hésitent encore à se déplacer dans les lieux publics. Heureusement l'observation sur le registre électronique permet à toute personne de s'exprimer sur le projet.

Aucune observation n'a été laissée sur le registre électronique mais on notera que plusieurs personnes ont consulté le dossier en ligne, sans émettre d'avis. 25 vues sur chaque page de l'enquête publique ont été comptabilisées sur le site.

On voit donc que le public ne s'est pas du tout exprimé sur le projet, bien que le dossier en ligne ait été consulté quelquefois. La consultation a toutefois été faible.

1 – Observations venant des personnes privées :

Aucune observation a été déposée sur le site

Le public ne s'est pas exprimé sur le projet.

Deux courriers ont été adressés au commissaire enquêteur par mail. Un courrier de l'UPE et un courrier de l'association Paysages de France. Chacun expose ses points de vue sur le projet et donne des propositions concrètes dessus.

L'Union de la Publicité Extérieure (UPE) a fournit un courrier que j'ai annexé au PV de synthèse. Dans ce document Monsieur Dottelonde, président de l'UPE, nous dit son inquiétude pour le dynamisme commercial de la région et rappelle l'impact de la publicité extérieure pour l'économie locale.

Avis de l'UPE sur le projet de RLP :

Sur les dispositions générales :

Monsieur Dottelonde rappelle que la réglementation nationale de publicité et le présent règlement local de publicité contribuent à favoriser la bonne insertion des dispositifs dans leur environnement architectural, paysager voire patrimonial. Il rappelle aussi, qu'à l'occasion de tout projet d'implantation d'enseignes, publicités ou pré-enseignes, il doit être accordé une grande attention au respect des ambiances et caractéristiques paysagères du lieu dans lequel ils seront implantés. Il cite l'article L.581-21 du Code de l'environnement et signale que sur la base d'arguments motivés, l'autorité de police pourra s'opposer à l'installation du dispositif, qui bien que respectant les dispositions du présent RLP, ne s'intégrerait pas harmonieusement au bâti et plus largement à l'environnement paysager.

Problématique retenue par l'UPE :

L'obligation d'intégration à l'environnement paysager ainsi que celle d'harmonie au bâti sont beaucoup trop générales et peuvent entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP, ainsi que pour les autorités chargées de la police administrative de l'affichage

Elles impliquent en effet une appréciation subjective et ne reposent pas sur des éléments précis.

En outre, de telles obligations sont difficiles à définir et peuvent se heurter à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme tel qu'appliqué par les juridictions administratives aux RLP (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019 NN° 17 PA 23182).

Par ailleurs, il est impératif pour chacun des opérateurs de disposer d'une différenciation de marque.

Il convient de limiter des investissements du « sur-mesure » sur des dispositifs déjà existants ou fabriqués industriellement – démarche éco-responsable. Il s'agit également d'éviter un gaspillage et une mise au rebut de matériels en bon état.

Propositions de l'UPE :

L'UPE demande la suppression de ces dispositions.

Sur l'éclairage des dispositifs :

Les publicités et pré-enseignes lumineuses (à l'exception de celles sur mobilier urbain) doivent respecter les plages horaires d'extinction nocturne fixées de 23 heures à 6 heures pour l'ensemble des zones. Concernant les dispositifs lumineux, dans le choix du principe d'éclairage et son intensité, ils ne doivent pas porter atteinte à l'environnement paysager et architectural dans lequel ils s'implantent.

Le système d'éclairage devra être intégré au panneau publicitaire, par l'intérieur et de façon discrète : au moyen de tubes néons, caisson lumineux.

Problématique retenue par l'UPE :

De nombreux annonceurs locaux profitent d'un éclairage par projection grâce à l'apposition d'une rampe sur le dispositif publicitaire.

Propositions :

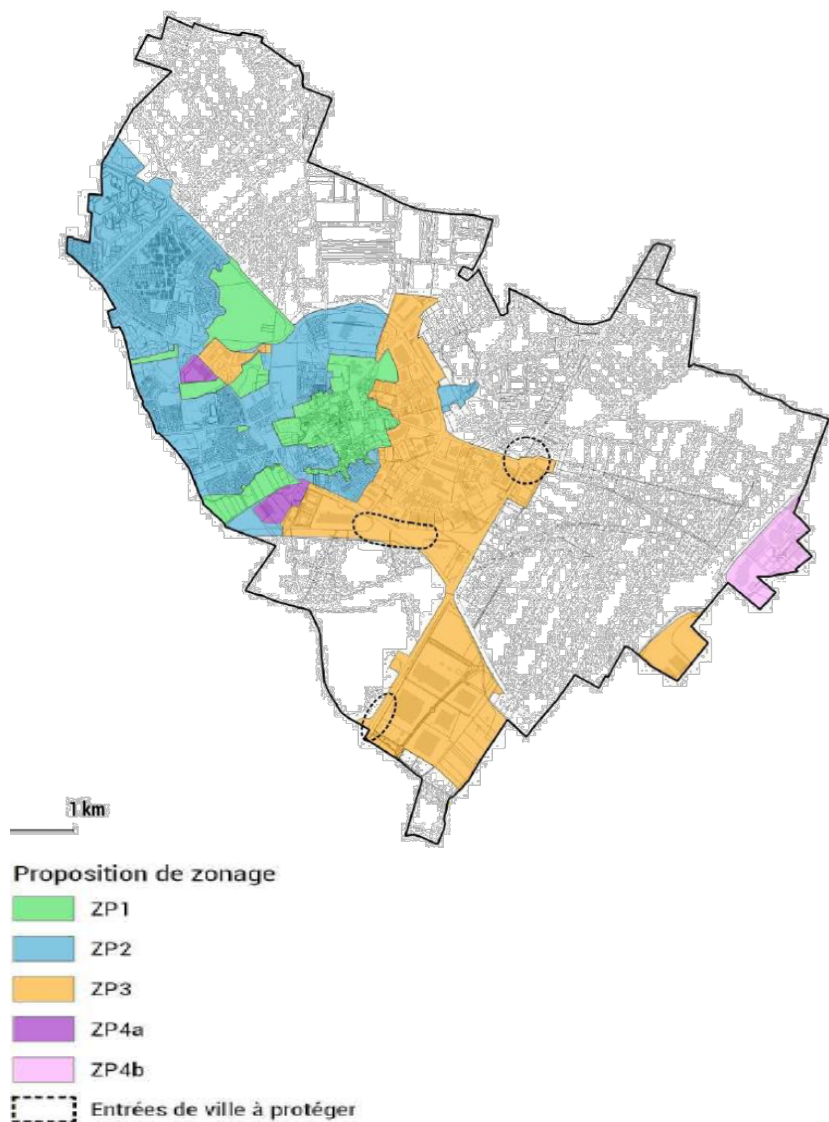
Les dispositifs dont les affiches sont éclairées par l'extérieur de

manière indirecte sont interdits : éclairage au moyen de spots, ampoules ou rampes d'éclairage.

L'UPE suggère une reformulation de cette disposition de cette façon :
« L'éclairage par spots est interdit, seul l'éclairage par projection via une rampe ou un éclairage par transparence sont admis. »

Sur le zonage :

Rappel des différentes zones :



ZP1 – Centre historique

Le secteur ZP1 correspond au secteur du centre historique de la commune. Le périmètre de la ZP1 comprend l'intégralité du périmètre classé en Site patrimonial Remarquable (SPR) élargie d'une aire cohérente favorisant la valorisation des abords du site.

ZP2 – Secteur résidentiel et commerces de détail

Le secteur ZP2 correspond aux secteurs résidentiels qui comprennent notamment quelques commerces de proximité. Il inclut toutes les zones agglomérées non comprises en ZP1, ZP3 ou ZP4.

ZP3 – Zones industrielles

Le secteur ZP3 correspond aux zones d'activité industrielle. Ces zones présentent de forts enjeux en matière d'affichage. Il inclut des axes routiers fortement impactés par l'affichage publicitaire de grand format.

ZP4 – Zones commerciales

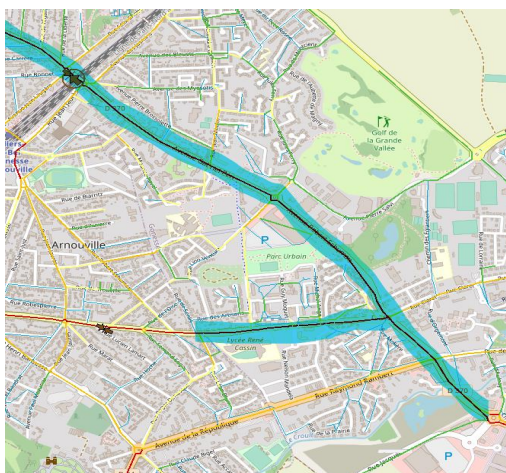
Le secteur ZP4 correspond aux zones d'activités commerciales. Il comprend deux sous-secteurs :

- Un premier couvre le centre commercial de la Grande Vallée et la ZAC entrée sud ;
- Le second couvre la zone Paris Nord 2.

Problématique :

Pour l'UPE, la RD 370 et la D 84 sont des axes pénétrants ou corridors urbains relèvent d'une importance indispensable en termes de positionnement.

Repérés en bleu sur la cartographie ci-contre :



Propositions :

Afin de faire bénéficier aux annonceurs une garantie d'audience dans le territoire, l'UPE suggère d'intégrer en zone 3 ou 4, les axes suivants : La RD 370 et la D 84

Sur le format :

Sur le domaine privé, le projet de RLP prévoit au minimum trois formats en fonction des zones et de la typologie des dispositifs. Il y a plusieurs formats pour un même territoire aggloméré et plusieurs formats au sein d'une même zone.

SYNTHESE //

Zone de protection Type de dispositif	ZP 1 Centre historique	ZP 2 Secteurs résidentiels et commerces de détail	ZP 3 Zones industrielles	ZP 4a Zones commerciales (hors Paris Nord 2)	ZP 4b Paris Nord 2
Mobilier urbain	2m ²	2m ²	2m ²	2m ²	2m ²
Mural	Interdit	2m ²	4m ²	4m ²	Interdit
Scellé au sol (Hors domaine public)	Interdit	2m ²	10,50 m ²	10,50 m ²	Interdit
Numérique	Interdit	Interdit	Interdit	Interdit	Interdit
Pré-enseignes temporaires	RNP				

Or, l'UPE déclare qu'une multiplication des formats entraîne une multiplication des courts d'impression.

Problématique :

Ce qui se lit en 8 m² d’affiche ne se lit plus en format 2 ou 4 m². La lisibilité du message qu’elle diffuse en situation de mobilité n’est pas la même et l’intérêt de la communication extérieure peut s’en trouver altérée. En milieu urbain, un dispositif implanté sur le domaine privé se situe en moyenne à 6,62 m. du bord de voie.

Propositions :

La perte de visibilité / lisibilité entraîne le désintérêt de l’annonceur et par conséquent, l’élimination de tout dispositif publicitaire.

Pour toutes ces raisons, l’UPE propose :

- un format d’affiche de 8 m² / dispositif 10,50 m², sur support mural en zone 2.

- un format d’affiche de 8 m² / dispositif 10,50 m², sur support mural et scellé au sol en zones 3 et 4.

Sur la publicité numérique :

Problématique :

L’UPE constate que le projet de RLP prévoit une interdiction généralisée de la publicité numérique.

Le rapport de présentation envisage cependant de « Limiter la publicité numérique en surface et la limiter à certains secteurs particuliers » (page 55). Tel n’est donc pas le cas en l’espèce puisque le projet de RLP tend à interdire la publicité numérique de manière générale. De plus, cette interdiction est non circonstanciée et non justifiée localement.

Proposition :

L’UPE demande la réintroduction de la publicité numérique en ZP4a et ZP4b, selon les conditions du règlement national de publicité (RNP).

Sur les règles de densité en zone 3 et 4 a :

La publicité murale : en ZP3, lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, les publicités murales sont autorisées en respectant une surface de 4 m² de surface totale à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 50 m. Un dispositif supplémentaire pourra être admis si l'unité foncière présente un linéaire le long de la voie supérieur à 100 m.↘

La publicité scellée au sol : en ZP3, lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire mural, les publicités scellées au sol sont autorisées en respectant une surface totale maximale de 10,50 m² (soit 8 m² de surface utile) à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 50 m. Un dispositif supplémentaire pourra être admis si l'unité foncière présente un linéaire le long de la voie supérieur à 100 m.

Problématique :

- Ne pas différencier un linéaire pour une installation « murale » d'un linéaire pour une installation « scellée au sol » ne tient pas compte d'une certaine réalité « terrain ».
- Même si ces implantations concernent des secteurs industriels ou commerciaux, il peut exister des bâtiments avec très peu de terrain, ce qui, avec une obligation de disposer de 50 mètres de linéaire sur rue, revient à une interdiction.

Propositions :

Pour toutes ces raisons, l'UPE suggère les règles de densité suivantes :

- Dispositif sur support mural :

1 dispositif par unité foncière.

- Dispositif scellé au sol :

Linéaire inférieur à 30 mètres : interdit.

Linéaire supérieur à 30 mètres :

1 dispositif scellé au sol / 2 dispositifs si linéaire supérieur à 100 mètres

Sur la publicité scellée au sol en zone 4b :

En ZP4b, la publicité scellée au sol est interdite.

Problématique :

Le secteur ZP4 correspond aux zones d'activités commerciales. Il comprend deux sous-secteurs :

- Un premier couvre le centre commercial de la Grande Vallée et la ZAC entrée sud (ZP4a) ;
- Le second couvre la zone Paris Nord 2 (ZP4b).

Il s'agit d'un centre commercial sans aucune habitation.

Proposition :

S'agissant d'un centre commercial, l'UPE propose la réintroduction de la publicité scellée au sol dans les mêmes conditions qu'en zone 4a.

Avis de « paysages de France » sur le projet de RLP :

Dans son courrier du 9 mai 2022 Jean-Marie DELALANDE, vice-président de **Paysages de France**, ouvre un débat sur les problèmes environnementaux liés à la publicité en général.

Le réchauffement climatique avec ses évènements extrêmes (canicules, incendies géants, inondations, montée du niveau des océans...) se multiplie du fait d'une augmentation sans précédent des émissions de gaz à effet de serre. Les Économies sont basées sur la recherche constante du profit, compétition effrénée entre les entreprises, exploitation sans limite des ressources naturelles, incitation à la surconsommation afin de maintenir un sacro-saint « taux de croissance » : ce cocktail détonnant constitue une épée de Damoclès pour notre vie sur Terre.

La publicité, par sa vocation à nous faire consommer toujours plus, est un des vecteurs majeurs de cette logique infernale.

Or la publicité extérieure est l'une des plus invasives, puisque non sollicitée et s'imposant en permanence dans l'espace public et dans la tête des citoyens.

Les règlements locaux de publicité doivent donc, outre sauvegarder nos paysages, réduire drastiquement la place des publicités et

enseignes dans notre environnement.

Les arguments visant à sauver un secteur d'activité ou à engranger quelques recettes pour le budget de la collectivité ne sont bien évidemment plus de mise face à l'urgence écologique.

Monsieur DELALANDE donne d'abord son opinion sur les RLP en général, il tient à rappeler certaines **contre-vérités sur les Règlements locaux de publicité** :

Afin de justifier des règlements en totale contradiction avec les impératifs écologiques actuels, de nombreuses collectivités soutenues par leur bureau d'étude n'hésitent pas à asséner avec assurance des idées reçues auxquelles il est absolument nécessaire de tordre le cou ! Il considère que le projet étudié n'y échappe pas. Il cite les différentes idées reçues qui sont les suivantes :

- **« *Le RLP n'a pas vocation à répondre aux enjeux relatifs au changement climatique* » :**

Il cite l'article 2 de la loi du 29 décembre 1979, qui, toujours en vigueur, indique bien : « ***Afin d'assurer la protection du cadre de vie, la présente loi fixe les règles applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes...*** » A cette époque, il n'était pas question de changement climatique et la préservation des paysages urbains était l'enjeu principal du règlement national de publicité, comme des règlements locaux. Quarante ans plus tard, les bouleversements climatiques déjà en route doivent guider toutes les politiques publiques, a fortiori la réglementation de l'affichage publicitaire, celui-ci étant la source d'une surconsommation épuisant les ressources de la planète, et d'un gaspillage énergétique gigantesque de par ses innombrables dispositifs lumineux.

Il estime que de s'en tenir à l'objectif de 1979 pour construire un règlement de publicité, c'est faire l'impasse sur les enjeux climatiques actuels et continuer comme si de rien n'était, alors qu'il est tout à fait possible de participer à la transition écologique par un RLP réduisant drastiquement

la publicité.

- **« La publicité apposée sur le mobilier urbain permet aux collectivités de financer gratuitement leur communication et aux gestionnaires de transport de disposer gratuitement d’abri-voyageurs. »**

Au regard des multiples et très graves nuisances qu’engendre la publicité, parler de gratuité est, sinon une tromperie, du moins un raccourci des plus audacieux. Cette publicité dite « gratuite », c’est en réalité l’environnement qui en paiera le prix. Et donc les populations.

En effet, financer un abri-voyageurs ou un panneau d’information municipale par de la publicité, c’est, outre les effets évoqués dans le préambule :

- Pour la collectivité, polluer sciemment des lieux relevant directement de sa responsabilité (trottoirs notamment). Imposer aux usagers et habitants des messages publicitaires qu’ils n’ont jamais demandé de recevoir. Pourquoi, dans ces conditions, ne financerait-on pas de la même manière l’entretien des bâtiments publics ? Et plus encore ? Une telle logique, chacun le comprendra, n’est pas innocente.
- Pour la collectivité, faire preuve d’une grande incohérence en adressant des messages vertueux à la population, aussitôt contredits par des publicités incitant à faire le contraire sur l’autre face (consommer des produits locaux de qualité / vanter le burger à 4,99 €, inciter à rouler en vélo / promouvoir un SUV...).
- Faire le contraire de ce que font des milliers de communes, notamment celles des parcs naturels régionaux, qui se passent quant à elles d’un argent qui est tout sauf « propre ».
- Mais encore, faire abstraction de toutes les autres nuisances qu’engendrent ces dispositifs : panneaux lumineux aggravant encore la pollution visuelle, danger pour les automobilistes inévitablement tentés de les regarder, matériels utilisant des composants sujets à caution (terres rares exploitées dans des conditions sociales exécrables pour les panneaux numériques), gaspillage

énergétique, pollution du ciel nocturne, impact sur la faune...

Les afficheurs ne cessent de répéter que la publicité dope l'économie, que c'est le carburant de la croissance et donc de l'emploi. Et chacun d'entonner ce refrain, sans jamais se demander si ce slogan "primaire" repose sur le moindre fondement.

Or il s'agit bel et bien et en même temps d'une grossière contrevérité et d'une manipulation.

En réalité, la publicité ne « sert » pour l'essentiel qu'à permettre aux plus « gros » (les poids lourds de la grande distribution, les opérateurs de téléphonie, les marques automobiles...) de se livrer une bataille permanente acharnée pour occuper le devant de la scène et ne pas se laisser déborder par leurs concurrents, voire pour les dévorer.

Michel Serres parle à ce sujet de « crocodiles qui se dévorent entre eux ».

La publicité extérieure est devenue machine à éradiquer les commerces de proximité et à détruire l'emploi, l'exemple le plus criant étant la grande distribution qui cherche à drainer l'ensemble des consommateurs et à siphonner les clients des commerçants indépendants grâce à des prix d'appel cassés.

Seuls bénéficiaires de l'affichage extérieur : les afficheurs, qui pour gonfler leur chiffre d'affaire, sont sans cesse à la recherche de nouveaux clients et de nouveaux espaces au détriment de notre environnement.

- **« L'affichage extérieur est vital pour le développement des activités commerciales et leur dynamisme. »**

L'île de la Réunion est l'une des régions de France les plus touchées par l'affichage publicitaire. Des milliers de publicités et enseignes, très souvent illégales, polluent l'espace public et des paysages exceptionnels, alors que le taux de chômage y dépasse les 20 % et que le taux de pauvreté approche les 40 %.

A contrario, de nombreuses villes petites et moyennes situées dans un parc naturel régional et ne disposant pas de règlement local de publicité sont soumises à l'interdiction

totale de publicité au sein de leur agglomération, et cela sans dommage particulier pour l'économie. Tous ceux qui relaient le discours des afficheurs doivent se rendre à l'évidence : une publicité abondante et une prolifération des enseignes pour un même établissement ne favorisent pas le développement économique.

Les seuls « gains » pour les collectivités sont les recettes produites par la TLPE (taxe sur la publicité extérieure) et celles liées à un éventuel contrat de mobilier urbain, mais au prix d'une pollution généralisée de leur territoire et d'un matraquage de ses habitants, alors que l'une des priorités d'un élu devrait être de respecter ses électeurs et leur cadre de vie.

- **« Les panneaux de grand format sont indispensables pour la visibilité des messages. »**

Le format le plus courant qu'a réussi à imposer le lobby de l'affichage est celui de 10,5 m², correspondant à un format d'affiche de 8 m², le plus souvent motorisé et éclairé, avec messages défilants.

Les collectivités qui mettent en avant une réduction de surface de 12 m² (le format maximum autorisé par le code de l'environnement) à 10,5 m² ne font qu'accéder à la demande des afficheurs.

Ce grand format serait indispensable pour que les messages soient correctement vus par le public.

Or, la métropole de Grenoble a fait le choix d'imposer un format maximum de **4 m² sur tout son territoire pour toutes les publicités**. Cette division par 3 du maximum autorisé devrait apporter une vraie modification des paysages urbains, contrairement au passage de 12 m² à 10,5 m² dont se vantent de nombreuses collectivités.

Une réduction de la surface maximale de 12 m² à 10,5 m² n'apporte pas de modification significative sur l'encombrement visuel des panneaux.

Cette affirmation répétée par plusieurs bureaux d'étude est une interprétation fallacieuse du Code de l'environnement :

si on ne peut interdire la publicité lumineuse sur tout le territoire relevant d'un RLP ou RLPi, on peut cependant limiter ce type de publicité à celle éclairée par projection ou transparence.

Les bureaux d'étude jouent sur l'ambiguïté publicité lumineuse / publicité numérique, cette dernière étant souvent considérée comme la seule publicité lumineuse au motif que la publicité lumineuse éclairée par projection ou transparence est soumise aux règles de la publicité non lumineuse.

Pourtant, l'analyse de la jurisprudence révèle que l'interdiction de la publicité numérique par les règlements locaux de publicité est légale, et donc tout à fait possible :

- au regard des dispositions du Code de l'environnement : si, depuis 2012, le Code de l'environnement a été modifié pour **autoriser** la publicité numérique sous certaines conditions, **il n'a pas eu pour effet de la rendre obligatoire** (Conseil d'État, 18 septembre 2017)

- au regard de la liberté du commerce et de l'industrie, et de la liberté de la publicité et de l'affichage : l'interdiction de la publicité numérique prévue par le RLP de Paris est tout à fait légale, considérant :

- Qu'une telle restriction n'était pas entachée d'erreur manifeste d'appréciation compte tenu de la nécessité de lutter contre la dégradation des paysages urbains et les nuisances ;

- Qu'elle ne porte pas à la liberté du commerce et de l'industrie et à la liberté de la publicité et de l'affichage une atteinte disproportionnée au regard de l'objectif poursuivi (Cour d'appel de Paris, 19 janvier 2016)

- l'interdiction de la publicité numérique par le RLP n'est toutefois légale que lorsqu'elle a pour finalité la protection du cadre de vie (Cour d'appel de Bordeaux, 4 décembre 2018)

▪ ***« On ne peut pas interdire totalement les dispositifs numériques »***

Plusieurs collectivités ont d'ores et déjà interdit tout dispositif numérique sur leur territoire (publicité sur domaine privé, sur mobilier urbain, enseignes) : Lons-le-Saunier (chef-lieu de département du Jura), Romorantin (Loir et Cher), Biot (Alpes- Maritimes). Grenoble Alpes Métropole a limité ces dispositifs aux zones d'activités et Paris Est Marne et Bois au mobilier urbain dans une seule zone d'activité. La ville de Paris a interdit toute publicité numérique sur son territoire, Lyon métropole prévoit la même interdiction.

L'interdiction totale des dispositifs numériques est donc légale ; elle doit cependant être motivée par la protection du cadre de vie dans le rapport de présentation du RLP, sous peine d'être fragilisée juridiquement.

▪ **Avis général de l'association « paysages de France » sur le projet de RLP de Gonesse :**

L'une des mesures positives du RLP de Gonesse est sans nul doute l'interdiction de la plupart des dispositifs numériques (publicités et enseignes), excepté en ZP4b. Il faut également saluer l'interdiction des publicités sur toiture et la réglementation des enseignes au sol de 1 m² ou moins et des enseignes sur clôture.

Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par la possibilité d'installer des enseignes au sol jusqu'au format maximum de 12 m², l'absence de réglementation des bâches publicitaires et des enseignes hors agglomération, une règle d'inter-distance trop laxiste pour la publicité sur mobilier urbain d'information, et surtout la possibilité de laisser des **publicités éclairées toute la nuit sur mobilier urbain** !

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que :

- **la transition écologique**, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique nécessitant que

les mesures prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et, notamment, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés

- **la lutte contre l'incitation continuelle à la surconsommation et au gaspillage**, causes majeures de la destruction des ressources de la planète, qui de plus fragilisent et mettent en difficulté certaines catégories de la population.
- **la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité.**

Problèmes soulevés par l'association :

les répétitions :

Le projet tel qu'il est écrit est difficile d'accès. Il aurait pu être considérablement réduit si les mesures s'appliquant à toutes les zones avaient été placées dans les dispositions générales (par exemple les règles de densité et les règles d'extinction nocturne).

Les règles concernant la publicité sur mobilier urbain semblent identiques en toutes zones, or, elles sont répétées dans les mesures spécifiques à chaque zone. L'argument consistant à dire que c'est afin que le commerçant installé dans telle zone n'ait à prendre connaissance que des règles le concernant n'a ici aucune logique, puisque c'est la commune ou le syndicat de transport qui gère l'affichage de tous ces dispositifs.

Le manque de clarté :

Dans l'article 2.1.7 la publicité sur palissade et bache de chantier est autorisée dans toutes les zones. Dans l'article 2.2.2, dans la liste des seuls dispositifs admis, la publicité sur palissade et bache de chantier sont absents, ce qui contredit l'article 2.1.7

Il est précisé au début de l'article 2.2.2 : « *Il est rappelé qu'aux dispositions spécifiques à chaque zone de publicité, s'ajoutent les dispositions générales et dispositions communes du présent règlement.* » Comment peut-on ajouter une règle d'interdiction à une règle d'autorisation ? Laquelle prévaut ?

Ce passage mériterait d'être réécrit pour plus de clarté.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8.

- compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones
- revoir la formulation des articles 2.2.1, 2.2.2, 2.2.3 et 2.2.4.

Problématique concernant les publicités :

Pour les Publicités scellées au sol et sur mur, l'association estime que les formats retenus sont des formats incompatibles avec une protection de l'environnement.

Le projet prévoit d'autoriser des publicités au sol de 10,5 m² en ZP3 et ZP4a.

Or, l'une des orientations du projet définie dans l'axe 4, était de « *Limiter les formats des publicités aux abords des zones d'activité.* ». Cette orientation semble bien être passée à la trappe.

Comment peut-il être possible d'atteindre cet objectif en acceptant l'installation de panneaux scellés au sol de 10,5 m² ?

Une surface de 10,5 m², c'est le format désormais adopté nationalement par les afficheurs. **S'y conformer localement, c'est répondre à une demande de la profession, en entérinant les pratiques existantes, et non vouloir profondément améliorer le cadre de vie de nos concitoyens.** Ces panneaux sont par ailleurs fréquemment éclairés par projection ou transparence et peuvent être déroulants, avec un effet est encore plus désastreux. Alors qu'**une réduction à 4 m² n'empêcherait nullement la lecture du message avec un impact visuel bien moindre,** rien ne peut justifier une taille de 10,5 m², hormis l'intérêt économique pour les afficheurs.

Le format de 10,5 m² est très proche du maximum autorisé par le Code de l'environnement (les fameux 4 X 3). Or, ces panneaux sont devenus le symbole tristement célèbre de la laideur, des nuisances et de la pollution engendrées par l'affichage publicitaire.

Les zones industrielles et commerciales, les plus impactées

par l’affichage publicitaire et ses dérives, devraient bénéficier d’un traitement spécifique visant à éliminer complètement ces excès.

Les publicités de plus petit format (4 m²) sont, chacun peut le constater, tout à fait visibles et lisibles dans les communes de moins de 10 000 habitants. Elles ne sont de plus, dans ces communes, qu’apposées sur des murs. Pourquoi seraient-elles moins lisibles dans une ville comme Gonesse, alors que les véhicules (et les piétons) y circulent à la même vitesse ? Le grand format de 10,5 m² n’a comme seule utilité que de gonfler le chiffre d’affaire des afficheurs (et accessoirement d’accroître le matraquage publicitaire), avec de désastreux effets sur les paysages.

Préconisation de Paysages de France :

- Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.
- Pour le mobilier urbain d’information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.
- Imposer une règle d’extinction nocturne de 23 h à 6 h, comme pour les autres dispositifs lumineux.
- Instaurer une règle de densité plus stricte (ou une limitation par rapport au nombre d’habitants)

Problématique concernant les enseignes :

L’article L. 581-3 du Code de l’environnement stipule que « *Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s’y exerce.* »

Dès lors que l’activité d’une entreprise ou d’un commerce cesse, toute enseigne qui reste allumée se transforme de fait en publicité. Tout comme on ferme un robinet après usage ou on éteint en sortant d’une pièce, les enseignes devraient logiquement être éteintes en dehors des heures d’ouverture. La règle d’extinction proposée (23 h – 6 h) ne limite qu’à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

Préconisation de Paysages de France :

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1h après la fermeture de l'établissement à 1h avant l'ouverture.

Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes

Le RLP régleme nte fortement les enseignes numériques, en autorisant toutefois des enseignes de 6 m2 en ZP4b.

Or, les enseignes numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'elles soient murales ou au sol, sont considérés par les professionnels comme ayant le plus fort impact sur leur environnement. Leur effet sur l'ambiance paysagère des lieux, et cela à grande distance, n'est plus à démontrer.

Leur "agressivité", du fait notamment de la puissance lumineuse diffusée et d'éclairs (flashes) intermittents tout particulièrement en fin de journée ou en soirée selon les saisons, est considérable. Il n'est donc pas étonnant qu'une étude conduite dans le Douaisis fasse état d'un « impact visuel de 700 % plus important qu'un dispositif traditionnel.

»

Ils aggravent en outre, et cela de façon très importante, la pollution du ciel nocturne. Ce sont également, de très loin, les dispositifs les plus accidentogènes. Ils sont enfin une cause de gaspillage énergétique d'autant plus choquante que ce gaspillage prend une allure ostentatoire.

Diffusant des messages mobiles, animés et renouvelables en permanence, ils jouent désormais le rôle de publicités démultipliées, notamment sur l'emprise de certaines grandes et moyennes surfaces commerciales.

Pour toutes ces raisons, nombre de communes interdisent purement et simplement sur l'ensemble de leur territoire les enseignes numériques.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire les enseignes numériques. A défaut, limiter à 1 m2 en ZP4b.

Des enseignes scellées au sol inutiles

Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité.
- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

De plus, la multiplication des règles proposées ne va pas en faciliter l'application (4, 6 ou 12 m² suivant la zone 2, 3 ou 4)

Des enseignes sur toiture énormes

Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.

Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m², elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans leur centre ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale.

L'interdiction de ces enseignes en ZP1, ZP2 et ZP4b montre bien que la collectivité a conscience de leur inutilité. Les interdire sur toute la

commune ne serait donc que la poursuite logique de cette demi-mesure.

On note que les sociétés d'afficheurs n'ont pas pris la peine de se déplacer pour cette enquête.

2 – Observations venant des personnes publiques :

Le projet de révision du RLP a été soumis à l'avis des Personnes Publiques Associées (P.P.A) conformément à l'article L. 153-16 du code de l'urbanisme et à l'avis de la Commission Départementale de la Nature et des Sites et des Paysages (CDNPS) conformément à l'article L.581-14-1 du code de l'environnement.

Les personnes publiques sont toutes favorables au projet.

Les maires des communes riveraines consultées ont donné un avis favorable au projet ou n'ont pas donné de réponse, ce qui équivaut à un **avis réputé favorable**.

Mr Da Costa, maire d'Arnouville, en date du 9 décembre 2022, émet un **avis favorable** et rappelle les circonstances du changement de zonage.

Avis de la commission départementale nature des sites et des paysages :

La Direction départementale Chargée de l'Aménagement du territoire s'est réunie le 18 février sous la présence de Mr Mourlon, directeur départemental des territoires du Val d'Oise, représentant du préfet. Lors de cette réunion le projet de révision du RLP de Gonesse a reçu un vote favorable à l'unanimité.

En date du 28 février 2022, Mr Mourlon a adressé un courrier à la commune de Gonesse émettant un avis favorable en demandant d'apporter quelques améliorations pour favoriser sa compréhension. Il

s'agit de précisions apportées sur le rapport de présentation mais aussi sur la partie réglementaire. Il demande aussi d'annexer un plan de zonage à une échelle interprétable.

la commission départementale nature des sites et des paysages a donc donné un **avis favorable**.

Avis de la DDT :

La DDT a répondu favorablement mais a donné quelques recommandations sur le projet, concernant le règlement et le zonage.

Concernant le règlement :

Page 59, vous indiquez que la commune de Gonesse est couverte par un périmètre délimité des abords (PDA). Or, votre commune n'est couverte que par un site patrimonial remarquable (SPR).

Dans le dernier paragraphe de la page 59, il est mentionné qu'aucun type de publicité supplémentaire à ceux déjà en place ne sera autorisé afin de préserver les abords. Je vous invite à rappeler cette interdiction dans votre RLP, notamment à l'intérieur du SPR pour les zones ZP1 et ZP2.

De même, page 60, sur l'ensemble des zones, vous indiquez que tout ajout, extension, ou découpage du panneau publicitaire est interdit. Je vous invite à le mentionner dans votre RLP.

Enfin, dans le dernier paragraphe de la page 60, lié aux dispositions de publicité sur mobilier urbain, vous évoquez à nouveau la densité publicitaire, notamment sur les abris bus, en contradiction avec votre volonté d'en interdire de nouvelle. Je vous invite, par conséquent, à formuler différemment votre rapport de présentation, ou de traduire cette volonté d'interdiction dans votre RLP.

Page 60, dans l'avant-dernier paragraphe, il y a lieu de modifier la phrase suivante : « les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées « par transparence ou rétroéclairage » » et non par projection, puisque vous interdisez l'éclairage indirect.

Page 61, densité : « un seul dispositif est admis par mur afin d'éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné ». J'ajouterai une notion de distance minimale entre les dispositifs pour compléter la densité.

Page 63, en ZP3 et ZP4a, les formats des dispositifs publicitaires sont de 10,5m² (encadrement compris) et non 8m²

Page 65, une erreur de frappe est présente dans la phrase « l'implantation d'enseigne est interdite ses balcons, volets... ».

Page 72, les chiffres et tableaux analysant les données de conformité des dispositifs doivent être actualisés afin de les rendre cohérents entre eux.

Section 2.1.1 Règles d'esthétisme : « l'ensemble des éléments [...] doivent être peints d'une teinte unie et sobre ». Lors du bilan de la concertation, l'union de la publicité extérieure (UPE) avait demandé de retirer cette formulation trop sujette à interprétation. Ainsi, je vous invite à préciser cette mention ou à la supprimer du règlement.

Section 2.1.3 Éclairage des dispositifs : « Les dispositifs dont les affiches lumineuses sont éclairées par l'extérieur de manière indirecte sont interdites » (ampoules, spots, rampes...). Afin de mieux appliquer cette règle et de rester cohérent avec l'ensemble de l'écriture des zones de votre RLP, il convient de formuler ainsi : « Seuls les dispositifs publicitaires (y compris le mobilier urbain) éclairés par rétroprojection ou transparence sont autorisés ».

De même, comme votre RLP interdit tout dispositif publicitaire numérique, vous pourriez ajouter que : « les dispositifs publicitaires numériques sont interdits en toute zone »

Section 2.1.4 Modalités de calculs surfaciques des dispositifs : Cette section n'est pas nécessaire et porte à confusion. La règle de la surface de la publicité autorisée se calcule à la surface du dispositif (encadrement et poteau le cas échéant compris) et non à la seule taille de l'affichage

Section 2.1.5 Publicités et pré-enseignes murales : Dans la formulation de la phrase, il y a lieu d'ajouter que les publicités murales sont autorisées à l'exception des zones ZP1, et ZP4b.

Section 2.1.6 Publicités et pré-enseignes scellées au sol (hors mobilier urbain) : Dans la formulation de la phrase, il y a lieu d'ajouter que les publicités scellées au sol sont autorisées à l'exception des zones ZP1, et ZP4b.

Section 2.1.7 Publicités sur bâches de chantier : Il est mentionné que « les publicités sur bâches sont autorisées dans toutes les zones et suivent les dispositions du code de l'environnement ». Une attention

particulière doit être portée à la clarté de la liste des lieux où les bâches sont susceptibles d'être autorisées, ainsi qu'à leurs conditions d'exploitation que le RLP peut préciser, par exemple, en arrêtant des surfaces maximales, la durée d'implantation, les procédés utilisés, les normes de respect de l'architecture ou de perspectives. Ainsi, je vous invite à enrichir les prescriptions encadrant ces publicités provisoires.

Section 2.2 Dispositions spécifiques à chaque zone de publicité : Sur le tableau de synthèse, il aurait été utile de renseigner dans le détail la ligne relative aux pré enseignes temporaires, plutôt que de renvoyer à la mention « RNP »,

Sections 2.2.1 – 2.2.2 - 2.2.3 et 2.2.4 Dispositions applicables à toutes ces zones : Dans la phrase « sur mobilier urbain recevant des informations [...] dont une face reçoit de la publicité dans la mesure où la surface utile unitaire des dispositifs ne dépasse pas 2m² » et tel que formulé, vous autorisez la publicité uniquement si le mobilier urbain ne dépasse pas 2m². Si au contraire, comme je le suppose, vous souhaitez limiter la surface de l'affichage publicitaire à 2m maximum, quelle que soit la taille du mobilier urbain, il faudrait remplacer le mot « dispositifs » par « publicités ».

Dans toutes ces zones, vous pouvez alléger la rédaction en supprimant les phrases des règles de la publicité lumineuse et numérique, puisque le rappel est repris dans les dispositions générales au point 2.1.3. De même, dans tous paragraphes de toutes les zones parlant des publicités murales ou scellées au sol, il faut retirer le mot surface « utile » ou surface « totale » en préférant inscrire « surface du dispositif », afin d'éviter toute confusion. En effet, la surface de la publicité correspond à l'affichage additionné du support.

Sections 2.2.3 et 2.2.4, sur les pages 18 et 20, « publicité scellée au sol », il n'est pas nécessaire de préciser une surface utile de 8m², puisque le dispositif autorise 10,5m² dans sa totalité (bordures comprises). La taille de l'affiche publicitaire s'adaptera au support.

Section 3.1.2 matériaux et couleurs, il est mentionné « Les couleurs des enseignes en façade doivent être sobres ». De la même manière que pour la section 2.1.1, je vous invite à préciser cette mention de teinte sobre qui est sujette à interprétation.

Section 3.2.2 Dispositions applicables en ZP2 - enseigne perpendiculaire : Page 29, il est indiqué une saillie de 80cm alors que

le tableau de synthèse, page 36, indique 70cm. Il y a donc lieu de modifier cette donnée.

Dans le tableau de synthèse en page 36, pour les zones ZP2 et ZP3, et pour la ligne « enseignes sur clôture », il pourrait être nécessaire de rappeler la règle suivante dans chacun des encarts 1m² et 4m²: « uniquement si l'enseigne murale parallèle à la façade n'est pas visible de l'espace public. »

Concernant le zonage :

Les annexes cartographiques font apparaître les différentes zones de publicité et les zones de protection définies par le RLP. Afin de pouvoir instruire correctement l'interdiction de publicité scellée au sol et murale dans les périmètres d'entrée de ville, et dans les secteurs protégés, il conviendrait que vous annexiez un plan de ces périmètres à une échelle interprétable (au moins format A3 voire A2) ou de nommer précisément les rues concernées.

La direction générale de services a répondu par courrier du 14 janvier, reçu le 21 janvier.

Mr Didier Juvence, en tant que directeur des mobilités, regrette que l'ensemble des dispositions du Règlement de Voirie Départementale ne soient prises en compte, à minima pour ce qui concerne le réseau routier départemental, car pour lui, cela met en jeu la sécurité vis-à-vis de la circulation. En effet, les enseignes de l'aplomb du bord du trottoir, si elles étaient percutées, représentent un danger sur la voie publique.

Il rappelle que le RLP ne dispense pas de la consultation des services routiers du conseil départemental pour les dispositifs publicitaires le long des routes départementales.

Il s'interroge sur l'absence de mention des stores banne dans le règlement, pourtant cela peut prêter à conséquence. Est-ce un oubli ? Il pense également qu'un rappel des dispositions de l'arrêté du 15 janvier 2007, portant application du décret n°2006-1658 du 21/12/2006, relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics aurait été le bienvenu. en ce qui concerne, entre autre, les panneaux publicitaires.

Enfin, L'architecte des bâtiments de France n'a pas répondu au courrier, il n'a émis aucune observation.

Son avis est donc **réputé favorable**.

Mr Renard me dit être régulièrement en communication étroite avec la CNDPS et les ABF, ce qui permet de penser que ces organismes, très sollicités et très impliqués, sont au courant du projet et qu'ils jugent que celui-ci est tout à fait correct et maîtrisé et n'appelle pas de commentaire.

Certains ne se sont pas exprimés dans le délai de trois mois imposés par le courrier de présentation du projet. Ce qui équivalait à un avis favorable sans réserve.

4 - REPONSES DU MAITRE D'OUVRAGE :

Par le mémoire en réponse, le maître d'ouvrage a répondu aux différentes questions posées lors de nos réunions ou dans le PV de synthèse.

J'ai retranscrit en rouge les réponses de la commune aux questions posées.

• Réponses du maître d'ouvrage à L'union publicité extérieure (UPE) :

Concernant le règlement :

Retour sur la disposition suivante : *Conformément à l'article L 581 21 du Code de l'environnement et sur la base d'arguments motivés, l'autorité de police pourra s'opposer à l'installation du dispositif, qui bien que respectant les dispositions du présent RLP, ne s'intégrerait pas harmonieusement au bâti et plus largement à l'environnement paysager.*

L'obligation d'intégration à l'environnement paysager ainsi que celle d'harmonie au bâti sont beaucoup trop générales et peuvent entraîner

une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP, ainsi que pour les autorités chargées de la police administrative de l’affichage

- Elles impliquent en effet une appréciation subjective et ne reposent pas sur des éléments précis
- En outre, de telles obligations sont difficiles à définir et peuvent se heurter à l’objectif constitutionnel de clarté et d’intelligibilité de la norme tel qu’appliqué par les juridictions administratives aux RLP (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019 NN 17 PA 23182)
- Par ailleurs, il est impératif pour chacun des opérateurs de disposer d’une différenciation de marque
- Il convient de limiter des investissements du « sur mesure » sur des dispositifs déjà existants ou fabriqués industriellement démarche éco responsable Il s’agit également d’éviter un gaspillage et une mise au rebut de matériels en bon état

Proposition : Pour toutes ces raisons, nous demandons la suppression de ces dispositions

Réponse :

A voir si on maintient la disposition

Retour sur la disposition suivante : *Les dispositifs dont les affiches sont éclairées par l’extérieur de manière indirecte sont interdits éclairage au moyen de spots, ampoules ou rampes d’éclairage*

De nombreux annonceurs locaux profitent d’un éclairage par projection grâce à l’apposition d’une rampe sur le dispositif publicitaire

Proposition : Ainsi, nous suggérons une reformulation de cette disposition

« L’éclairage par spots est interdit, seul l’éclairage par projection via une rampe ou un éclairage par transparence sont admis »

Réponse :

Les rampes d’éclairage qui s’ajoutent aux supports publicitaires alourdissent l’impact visuel de ces derniers.

L’éclairage par projection est aujourd’hui le nouvel usage de la plupart des afficheurs, et est moins impactant pour le paysage et pour le piéton. Il a ainsi semblé opportun de l’imposer afin de pérenniser ce type d’installation.

Il n’est pas prévu de modifier le dossier sur ce point.

Sur le domaine privé, le projet de RLP prévoit pas moins de trois formats en fonction des zones et de la typologie des dispositifs

- Plusieurs formats pour un même territoire aggloméré
 - Plusieurs formats au sein d'une même zone
- Or, une multiplication des formats entraîne une multiplication des coûts d'impression
- Ce qui se lit en 8 m² d'affiche ne se lit plus en format 2 ou 4 m².
- La communication extérieure trouve son intérêt dans la lisibilité du message qu'elle diffuse en situation de mobilité,
 - En milieu urbain, un dispositif implanté sur le domaine privé se situe en moyenne à 6,62 m du bord de voie.
- La perte de visibilité entraîne le désintérêt de l'annonceur et par conséquent, l'élimination de tout dispositif publicitaire.

Proposition : Pour toutes ces raisons, nous proposons

- format d'affiche 8 m² dispositif 10 50 m², sur support mural en zone 2
- format d'affiche 8 m² dispositif 10 50 m², sur support mural et scellé au sol en zones 3 et 4

Réponse :

Le règlement ne compte, en tout, que 3 formats de publicité, ce qui est globalement restreint et permet de s'adapter aux différents secteurs de la commune.

Un tableau de synthèse est intégré au règlement afin d'en rendre la lecture et la compréhension la plus claire possible.

La différence de format doit permettre de limiter l'implantation des publicités en zone résidentielle et dans le centre historique afin de préserver la qualité du cadre de vie et du bâti ancien.

Par conséquent il n'est pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

Le projet de RLP prévoit une interdiction généralisée de la publicité numérique

• La rapport de présentation envisage cependant de « Limiter la publicité numérique en surface et la limiter à certains secteurs particuliers » (page 55). Tel n'est donc pas le cas en l'espèce puisque le projet de RLP tend à interdire la publicité numérique de manière générale. De plus, cette interdiction est non circonstanciée et non justifiée localement.

Dans ces conditions, nous demandons la réintroduction de la publicité numérique en ZP 4 a et ZP 4 b, selon les conditions du règlement

national de publicité (RNP)

La commune de Gonesse est couverte en grande partie par des secteurs d'interdiction relative dans lesquels il a été choisi de ne pas réintroduire de publicité numérique.

Dans les autres secteurs, la publicité numérique n'est pas actuellement présente et semble inadaptée au contexte d'une commune au centre historique patrimonial.

Par conséquent un choix fort a été fait d'interdiction totale de la publicité numérique.

Réponse :

A confirmer – Risque juridique de la disposition. Eventuellement réintroduire en zone d'activités

Retour sur la disposition suivante :

PUBLICITE MURALE

En ZP 3 lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire scellé au sol, les publicités murales sont autorisées en respectant une surface de 4 m² de surface totale à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 50 m. Un dispositif supplémentaire pourra être admis si l'unité foncière présente un linéaire le long de la voie supérieur à 100 m

PUBLICITE SCHELLE AU SOL

En ZP 3 lorsque l'unité foncière ne comporte aucun dispositif publicitaire mural, les publicités scellées au sol sont autorisées en respectant une surface totale maximale de 10,50 m² (soit 8 m² de surface utile) à raison d'une publicité par unité foncière dont la longueur bordant la voie est supérieure ou égale à 50 m. Un dispositif supplémentaire pourra être admis si l'unité foncière présente un linéaire le long de la voie supérieur à 100 m.

Ne pas différencier un linéaire pour une installation « murale » d'un linéaire pour une installation « scellée au sol » ne tient pas compte d'une certaine réalité « terrain »

Même si ces implantations concernent des secteurs industriels ou commerciaux, il peut exister des bâtiments avec très peu de terrain, ce qui, avec une obligation de disposer de 50 mètres de linéaire sur rue, revient à une interdiction.

Proposition : Pour toutes ces raisons, nous suggérons les règles de densité suivantes

Dispositif sur support mural

- 1 dispositif par unité foncière

Dispositif scellé au sol

- Linéaire inférieur à 30 mètres interdit
- Linéaire supérieur à 30 mètres

1 dispositif scellé au sol 2 dispositifs si linéaire supérieur à 100 mètres

Réponse :

Une publicité murale présente un impact paysager similaire à une publicité scellée au sol. Elle est par conséquent traitée avec les mêmes règles de densité.

Le format réduit imposé aux publicités murales doit permettre de limiter la détérioration de bâti.

Par conséquent il n'est pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

Retour sur la disposition suivante : *En ZP 4 b, la publicité scellée au sol est interdite*

ZP4- Zones commerciales

Le secteur ZP4 correspond aux zones d'activités commerciales. Il comprend deux sous secteurs :

- Un premier couvre le centre commercial de la Grande Vallée et la ZAC entrée sud (ZP4a) ;
- Le second couvre la zone Paris Nord 2 (ZP4b)
- Il s'agit d'un centre commercial sans aucune habitation.

Proposition : S'agissant d'un centre commercial, nous suggérons la réintroduction de la publicité scellée au sol dans les mêmes conditions qu'en zone 4 a.

Réponse :

Le secteur Paris Nord 2 est une zone intercommunale couverte par une charte d'aménagement et d'affichage spécifique. Ce document prévoit une interdiction de publicité au sein de la zone.

Dans l'objectif de fournir un appui réglementaire à cette charte, la publicité a été interdite en ZP3b.

NB : l'affichage en ZP3b est actuellement extrêmement limité.

L'interdiction de publicité n'aura donc pas pour conséquence la dépose de dispositifs. Elle valide seulement la situation actuelle de l'affichage.

Il n'est donc pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

Concernant le zonage :

Afin de faire bénéficier aux annonceurs une garantie d'audience dans le territoire, nous suggérons d'intégrer en zone 3 ou 4 les axes suivants :

- RD 370
- D 84

Repérés en bleu sur la cartographie ci-contre, ces axes pénétrants ou corridors urbains relèvent d'une importance indispensable en termes de positionnement.

Réponse :

Le projet de RLP a été élaboré dans un objectif de valorisation du cadre de vie de la commune de Gonesse.

L'orientation 3 du RLP vise ainsi à « Préserver la qualité du cadre de vie au sein des secteurs résidentiels impactés par l'effet négatif de l'affichage ».

Les axes proposés longent des zones résidentielles à l'exception du centre commercial Grande Vallée et de la zone d'activités qui lui fait face, secteurs zonés en ZP3/ZP4.

Dans le but de préserver les zones résidentielles, il n'est pas prévu de modifier le zonage qui donnerait des possibilités d'implantation de grands supports publicitaires dans ces zones.

• Réponses du maitre d'ouvrage à l'association Paysages de France :

Concernant le règlement :

L'une des mesures positives du RLP de Gonesse est sans nul doute l'interdiction de la plupart des dispositifs numériques (publicités et enseignes), excepté en ZP4b.

Il faut également saluer l'interdiction des publicités sur toiture et la réglementation des enseignes au sol de 1 m² ou moins et des enseignes sur clôture.

Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par la possibilité d'installer des enseignes au sol jusqu'au format maximum de 12 m², l'absence de réglementation des bâches publicitaires et des enseignes hors agglomération, une règle d'interdistance trop laxiste pour la publicité sur mobilier urbain d'information, et surtout la possibilité de laisser des publicités éclairées toute la nuit sur mobilier urbain

Préconisation :

- Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique
- Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs

Réponse :

L'absence de réglementation des enseignes hors agglomération est une erreur matérielle qui sera corrigée. Celles-ci seront soumises aux règles des enseignes de la ZP3.

Concernant les enseignes au sol, le format, s'il est grand, est cependant en cohérence avec la dimension du bâti et des parcelles dans lesquelles il est autorisé. De plus le format de 12m² facilite les regroupements d'enseignes.

Le futur règlement devrait avoir pour but principal de réduire la pollution et les multiples nuisances engendrées par la publicité extérieure. Ici, c'est l'inverse qui est préconisé, puisque le règlement propose

Préconisation :

Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8.

Réponse :

Une réintroduction de publicité sur mobilier urbain est effectivement prévue dans le centre historique. Cependant, cette réintroduction est limitée aux formats de 2m² actuellement en place (affichage sur abris voyageurs et planimètres). L'objectif de la commune n'est pas de démultiplier ce type des supports, mais uniquement de maintenir l'affichage (relativement restreint) en place.

Par conséquent il n'est pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

Le projet tel qu'il est écrit est difficile d'accès. Il aurait pu être considérablement réduit si les mesures s'appliquant à toutes les zones avaient été placées dans les dispositions générales (par exemple les règles de densité et les règles d'extinction nocturne).

Dans l'article 2.2.2, dans la liste des seuls dispositifs admis, la publicité sur palissade et bache de chantier sont absents, ce qui contredit l'article 2.1.7

Préconisation :

- compléter les dispositions générales par les mesures applicables en toutes zones
- revoir la formulation des articles 2.2.1, 2.2.2, 2.2.3 et 2.2.4.

Réponse :

Le règlement est rédigé de sorte à inclure la majorité des dispositions (notamment d'enseignes) au sein de chaque zone. L'objectif étant de pouvoir n'utiliser que le feuillet de la zone concerné.

Concernant la formulation des articles cités, les dispositifs de chantier sont inclus dans les autorisations liées aux dispositifs temporaires.

Cela pourra être précisé.

Le projet prévoit d'autoriser des publicités au sol de 10,5 m² en ZP3 et ZP4a.

Or, l'une des orientations du projet définie dans l'axe 4, était de « Limiter les formats des publicités aux abords des zones d'activité. ». Cette orientation semble bien être passée à la trappe.

Comment peut-il être possible d'atteindre cet objectif en acceptant l'installation de panneaux scellés au sol de 10,5 m² ?

Préconisation :

Limiter à 2 m² la publicité scellée au sol en ZP3 et ZP4a

Réponse :

L'orientation de l'axe 4 vise à protéger **les abords** des zones d'activités. En effet, le diagnostic a fait ressortir un affichage particulièrement important le long d'axes menant aux zones d'activités. L'absence de zonages d'axes autorisant plus de publicité s'inscrit en ce sens. Au sein des zones d'activités, le format de 10,50m² a été effectivement maintenu pour les publicités scellées au sol. Ces règles de format sont accompagnées de règles de densité relativement strictes qui permettront une dédensification de l'affichage en place.

Par conséquent il n'est pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

Aucune limitation de surface n'est prévue dans le RNP pour les bâches publicitaires, qui peuvent ainsi atteindre des tailles démesurées et générer une pollution visuelle maximale.

Pour les bâches de chantier, le RNP autorise 50% de leur surface pour la publicité.

Préconisation :

Interdire les bâches publicitaires (ou à réglementer en surface)

Limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier.

Réponse :

L'affichage de chantier présente un impact paysager, mais celui-ci est temporaire. Cet affichage temporaire peut participer au financement de certains travaux et ainsi permettre une valorisation à long terme du cadre de vie par les rénovations permises.

Par conséquent il n'est pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

Le projet prévoit d'autoriser massivement, y compris dans le « coeur historique », la publicité sur mobilier urbain. La règle de densité proposée (1 dispositif maximum par tranche de 50 m) ne permettra pas d'en réduire la nocivité (sur une rue d'un km de long, on pourrait installer près de 20 panneaux d'information!).

L'article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que « Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction [...], supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. »

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent prospérer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Concernant la publicité sur les abris pour voyageurs, force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

Aucune règle d'extinction nocturne n'est proposée pour la publicité sur mobilier urbain.

C'est donc le RNP qui s'applique, à savoir mobilier urbain allumé toute la nuit !

Comment une collectivité pourrait-elle permettre ce gaspillage énergétique ?

La réponse apportée dans le rapport de présentation ne manque pas d'étonner : « Afin de pouvoir maintenir un affichage sécuritaire et d'informer les habitants notamment lors d'événements exceptionnels, le mobilier urbain n'est pas concerné par cette règle. »

Préconisation :

- Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.
- Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.
- Imposer une règle d'extinction nocturne de 23 h à 6 h, comme pour les autres dispositifs lumineux.
- Instaurer une règle de densité plus stricte (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)

Réponse :

Les supports de mobilier urbain offrent des bénéfices aux habitants de la commune (abris, information communale, etc) et présentent à ce titre un intérêt particulier. Leur financement est permis par la publicité qui y est apposée.

Une règle d'interdistance de 50m a été imposée et le format maximal autorisé est de 2m². Ainsi bien que la commune ait « la main » sur le contrat de mobilier urbain, des mesures strictes ont été imposées dans le RLP à ce type de dispositifs.

Par conséquent il n'est pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

La règle d'extinction proposée (23 h – 6 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Préconisation :

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.

Réponse :

Imposer une règle d'extinction une heure après la fermeture peut être intéressant en termes de limitation de la nuisance lumineuse nocturne, cependant cette règle est presque impossible à contrôler. En effet elle nécessiterait de connaître les heures de fermeture de chaque commerce.

C'est pourquoi lui a été préférée une règle d'extinction fixe.

Par conséquent il n'est pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

Le RLP réglemente fortement les enseignes numériques, en autorisant toutefois des enseignes de 6 m² en ZP4b.

Or, les enseignes numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'elles soient murales ou au sol, sont considérés par les professionnels comme ayant le plus fort impact sur leur environnement. Leur effet sur l'ambiance paysagère des lieux, et cela à grande distance, n'est plus à démontrer.

Préconisation :

Interdire les enseignes numériques.

A défaut, limiter à 1 m² en ZP4b.

Réponse :

La règle d'extinction proposée (23 h – 6 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Préconisation :

Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.

Les dispositifs au sol se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

De plus, la multiplication des règles proposées ne va pas en faciliter l'application (4, 6 ou 12 m² suivant la zone 2, 3 ou 4)

Préconisation :

Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.

Réponse :

L'enseigne au sol présente l'intérêt de pouvoir fournir une information à l'usager à distance du bâti. Elle peut permettre de localiser une activité située en retrait du domaine public ou d'identifier une entrée.

Par conséquent ce type d'enseigne a toute sa place dans l'affichage d'une activité.

Les différents formats d'enseignes doivent permettre de s'adapter aux contextes urbains variés sur la commune.

Par conséquent il n'est pas envisagé de modifier le dossier sur ce point.

Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement. Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m², elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Préconisation :

Interdire les enseignes sur toiture également en ZP3 et ZP4a, ou à défaut limiter à 8 m².

Réponse :

Interdire les enseignes en toiture ? – A priori seul Leclerc en a une

Les enseignes temporaires de plus de 3 mois réservées aux opérations immobilières ont un impact particulièrement élevé sur le paysage. Ces enseignes dites "temporaires" restent dans les faits souvent en place bien au-delà de la durée des opérations qu'elles signalent, devenant ainsi pratiquement des panneaux publicitaires.

Préconisation :

Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant les enseignes permanentes (RNP)

Réponse :

Le diagnostic n'a pas fait apparaître de problématique particulière par rapport aux enseignes temporaires immobilières. La réglementation n'a donc pas été durcie sur ce point.

Les enseignes hors agglomération ont été exclues du projet, autorisant ainsi les dispositions les plus laxistes du Code de l'environnement : enseignes scellées au sol de 6 m², enseignes de moins de 1 m² sans limitation de nombre, enseignes sur toiture jusqu'à 60 m² !, enseignes sur façade et numériques pouvant atteindre des surfaces hors norme, avec une règle d'extinction nocturne de 1 h à 6 h.

Alors que ces établissements situés en zone rurale devraient faire l'objet d'une attention toute particulière, ce serait au contraire ceux qui pourraient polluer le plus !

Préconisation :

Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant la ZP1.

Réponse :

L'absence de réglementation des enseignes hors agglomération est une erreur matérielle qui sera corrigée. Celles-ci seront soumises aux règles des enseignes de la ZP3.

La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre les panneaux numériques installés contre la vitrine d'un établissement (article L 581-14-4 du Code de l'environnement), avec effet immédiat. Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, le simple bon sens ne peut que bannir ces panneaux numériques.

Préconisation :

- Interdire les publicités placées à l'intérieur des vitrines
- Interdire les enseignes numériques, autoriser uniquement celles éclairées par projection ou transparence, limitées à 1 m²
- Adapter en conséquence le rapport de présentation

Réponse :

Les dispositions de la loi climat n'ont pu être concertées avec les acteurs économiques. L'intégrer en approbation du dossier constituerait ainsi un risque juridique pour le document.

La loi Climat offre la possibilité de réglementer, mais pas d'interdire les dispositifs lumineux en vitrine.

• **Réponses du maître d'ouvrage au conseil départemental du val d'Oise :**

Concernant le règlement :

Sous les enseignes en drapeau le passage libre de 2,80m et le retrait de 0,80m de l'aplomb du bord du trottoir n'est pas une question esthétique mais une question de sécurité vis-à-vis de la circulation. En effet, une

enseigne qui serait percutée représente un danger sur la voie publique, mais aussi un coût pour le commerce. Je rappelle que le Règlement Local de Publicité ne dispense pas de la consultation des services routiers du Conseil départemental pour les dispositifs publicitaires le long des routes départementales. L'avis émis par le Conseil départemental sera bien évidemment conforme au Règlement de Voirie Départementale et le Conseil départemental déclinera toute responsabilité si ces prescriptions n'étaient pas reprises dans l'arrêté communal.

- **Réponses du maître d'ouvrage à la DDT :**

Concernant le règlement :

Page 59, vous indiquez que la commune de Gonesse est couverte par un périmètre délimité des abords (PDA). Or, votre commune n'est couverte que par un site patrimonial remarquable (SPR).

Réponse de la commune :

Ce point relève d'une erreur matérielle et sera corrigé.

Dans le dernier paragraphe de la page 59, il est mentionné qu'aucun type de publicité supplémentaire à ceux déjà en place ne sera autorisé afin de préserver les abords. Je vous invite à rappeler cette interdiction dans votre RLP, notamment à l'intérieur du SPR pour les zones ZP1 et ZP2.

Réponse de la commune :

Un point pourra préciser cela dans un article dédié à la réintroduction de publicité dans le RLP.

De même, page 60, sur l'ensemble des zones, vous indiquez que tout ajout, extension, ou découpage du panneau publicitaire est interdit. Je vous invite à le mentionner dans votre RLP.

Réponse de la commune :

Ce point est déjà intégré dans le règlement au sein des règles d'esthétisme au 2.1.1

Enfin, dans le dernier paragraphe de la page 60, lié aux dispositions de publicité sur mobilier urbain, vous évoquez à nouveau la densité publicitaire, notamment sur les abris bus, en contradiction avec votre

volonté d'en interdire de nouvelle. Je vous invite, par conséquent, à formuler différemment votre rapport de présentation, ou de traduire cette volonté d'interdiction dans votre RLP.

Réponse de la commune :

Le point précisant qu'il n'est pas admis de types de publicités supplémentaires doit permettre d'indiquer qu'il n'est admis que du mobilier urbain (type de dispositif déjà présent) et pas de publicité scellée au sol ou murale.

Le rapport de présentation sera précisé en ce sens.

Page 60, dans l'avant-dernier paragraphe, il y a lieu de modifier la phrase suivante : « les seules publicités lumineuses autorisées sont les publicités éclairées « par transparence ou rétroéclairage » » et non par projection, puisque vous interdisez l'éclairage indirect.

Réponse de la commune :

Ce point relève d'une erreur matérielle et sera corrigé. Seul l'éclairage par transparence est admis, et non celui par projection.

Page 61, densité : « un seul dispositif est admis par mur afin d'éviter toute accumulation de dispositifs dans un secteur donné ». J'ajouterai une notion de distance minimale entre les dispositifs pour compléter la densité.

Réponse de la commune :

Etant donné que la publicité ne peut s'implanter que sur des murs aveugles et que des règles de densité ont été ajoutées pour éviter l'implantation sur de petites parcelles, aucune accumulation de publicité murale ne devrait être possible. C'est pourquoi il ne semble pas nécessaire de renforcer le RLP sur ce point.

Page 63, en ZP3 et ZP4a, les formats des dispositifs publicitaires sont de 10,5m² (encadrement compris) et non 8m²

Réponse de la commune :

Le format maximal est effectivement 10,50m². Cela correspond à un dispositif avec une affiche de 8m²

Page 65, une erreur de frappe est présente dans la phrase « l'implantation d'enseigne est interdite ses balcons, volets... ».

Page 72, les chiffres et tableaux analysant les données de conformité des dispositifs doivent être actualisés afin de les rendre cohérents entre eux.

Réponse de la commune :

Ces points relèvent d'une erreur matérielle et seront corrigés.

Section 2.1.1 Règles d'esthétisme : « l'ensemble des éléments [...] doivent être peints d'une teinte unie et sobre ». Lors du bilan de la concertation, l'union de la publicité extérieure (UPE) avait demandé de retirer cette formulation trop sujette à interprétation. Ainsi, je vous invite à préciser cette mention ou à la supprimer du règlement.

- Section 2.1.3 Éclairage des dispositifs : « Les dispositifs dont les affiches lumineuses sont éclairées par l'extérieur de manière indirecte sont interdites » (ampoules, spots, rampes...). Afin de mieux appliquer cette règle et de rester cohérent avec l'ensemble de l'écriture des zones de votre RLP, il convient de formuler ainsi : « Seuls les dispositifs publicitaires (y compris le mobilier urbain) éclairés par rétroprojection ou transparence sont autorisés ».

De même, comme votre RLP interdit tout dispositif publicitaire numérique, vous pourriez ajouter que : « les dispositifs publicitaires numériques sont interdits en toute zone »

Réponse de la commune :

Le RLP sera précisé afin de bien affirmer que seul l'éclairage par transparence est admis.

Section 2.1.4 Modalités de calculs surfaciques des dispositifs : Cette section n'est pas nécessaire et porte à confusion. La règle de la surface de la publicité autorisée se calcule à la surface du dispositif (encadrement et poteau le cas échéant compris) et non à la seule taille de l'affichage

Réponse de la commune :

Les surfaces publicitaires des dispositifs de mobilier urbain se calculent en surface d'affiche. Le chapitre pourra être précisé en ce sens.

Section 2.1.5 Publicités et pré-enseignes murales : Dans la formulation de la phrase, il y a lieu d'ajouter que les publicités murales sont autorisées à l'exception des zones ZP1, et ZP4b.

Réponse de la commune :

Ce point relève d'une erreur matérielle et sera corrigé.

Section 2.1.6 Publicités et pré-enseignes scellées au sol (hors mobilier urbain) : Dans la formulation de la phrase, il y a lieu d'ajouter que les publicités scellées au sol sont autorisées à l'exception des zones ZP1, et ZP4b.

Réponse de la commune :

Ce point relève d'une erreur matérielle et sera corrigé.

Section 2.1.7 Publicités sur bâches de chantier : Il est mentionné que « les publicités sur bâches sont autorisées dans toutes les zones et suivent les dispositions du code de l'environnement ». Une attention particulière doit être portée à la clarté de la liste des lieux où les bâches sont susceptibles d'être autorisées, ainsi qu'à leurs conditions d'exploitation que le RLP peut préciser, par exemple, en arrêtant des surfaces maximales, la durée d'implantation, les procédés utilisés, les normes de respect de l'architecture ou de perspectives. Ainsi, je vous invite à enrichir les prescriptions encadrant ces publicités provisoires.

Réponse de la commune :

La volonté n'est pas de règlementer ces dispositifs temporaires. Ce type d'affichage participe au financement de certains chantiers et donc à la réhabilitation du bâti ancien. Il n'a jamais été excessif dans la commune, c'est pourquoi il n'est pas règlementé au-delà des dispositions nationales dans le RLP.

Section 2.2 Dispositions spécifiques à chaque zone de publicité : Sur le tableau de synthèse, il aurait été utile de renseigner dans le détail la ligne relative aux pré enseignes temporaires, plutôt que de renvoyer à la mention « RNP »,

Réponse de la commune :

Etant donné que le RLP n'a pas vocation à rappeler les dispositions nationales, les rappels ont été limités au cœur des chapitres.

Sections 2.2.1 – 2.2.2 - 2.2.3 et 2.2.4 Dispositions applicables à toutes ces zones : Dans la phrase « sur mobilier urbain recevant des informations [...] dont une face reçoit de la publicité dans la mesure où la surface utile unitaire des dispositifs ne dépasse pas 2m² » et tel que formulé, vous autorisez la publicité uniquement si le mobilier urbain ne dépasse pas 2m². Si au contraire, comme je le suppose, vous souhaitez limiter la surface de l'affichage publicitaire à 2m maximum, quelle que soit la taille du mobilier urbain, il faudrait remplacer le mot « dispositifs » par « publicités ».

Dans toutes ces zones, vous pouvez alléger la rédaction en supprimant les phrases des règles de la publicité lumineuse et numérique, puisque le rappel est repris dans les dispositions générales au point 2.1.3. De même, dans tous paragraphes de toutes les zones parlant des publicités murales ou scellées au sol, il faut retirer le mot surface « utile » ou surface « totale » en préférant inscrire « surface du dispositif », afin d'éviter toute confusion. En effet, la surface de la publicité correspond à l'affichage additionné du support.

Réponse de la commune :

Concernant le premier point, la surface est précisée en « surface utile », ce qui indique que l'on ne prend en compte que la taille de l'affiche. La phrase sera cependant modifiée selon la proposition en remplaçant « dispositifs » par « publicités ».

Concernant les surfaces, la double mention surface « utile » / surface « totale » permet de bien préciser les éléments pris en compte.

Sections 2.2.3 et 2.2.4, sur les pages 18 et 20, « publicité scellée au sol », il n'est pas nécessaire de préciser une surface utile de 8m², puisque le dispositif autorise 10,5m² dans sa totalité (bordures comprises). La taille de l'affiche publicitaire s'adaptera au support.

Section 3.1.2 matériaux et couleurs, il est mentionné « Les couleurs des enseignes en façade doivent être sobres ». De la même manière que pour la section 2.1.1, je vous invite à préciser cette mention de teinte sobre qui est sujette à interprétation.

Section 3.2.2 Dispositions applicables en ZP2 - enseigne perpendiculaire : Page 29, il est indiqué une saillie de 80cm alors que le tableau de synthèse, page 36, indique 70cm. Il y a donc lieu de modifier cette donnée.

Réponse de la commune :

Ce point relève d'une erreur matérielle et sera corrigé.

La saillie maximale autorisée en ZP2 sera de 80 cm.

Dans le tableau de synthèse en page 36, pour les zones ZP2 et ZP3, et pour la ligne « enseignes sur clôture », il pourrait être nécessaire de rappeler la règle suivante dans chacun des encarts 1m² et 4m²: « uniquement si l'enseigne murale parallèle à la façade n'est pas visible de l'espace public. »

Réponse de la commune :
Ce point pourra être précisé.

Concernant le zonage :

Les annexes cartographiques font apparaître les différentes zones de publicité et les zones de protection définies par le RLP. Afin de pouvoir instruire correctement l'interdiction de publicité scellée au sol et murale dans les périmètres d'entrée de ville, et dans les secteurs protégés, il conviendrait que vous annexiez un plan de ces périmètres à une échelle interprétable (au moins format A3 voire A2) ou de nommer précisément les rues concernées.

Réponse de la commune :
Les cartes pourront être modifiées pour plus de précisions.

- **Réponses du maitre d’ouvrage aux observations du public :**

Il n’y a eu aucune observation du public durant l’enquête.

- **Réponses du maitre d’ouvrage au commissaire-enquêteur :**

Relative au nombre de personnes ayant consulté le dossier
électronique afin d'avoir des statistiques montrant l'intérêt ou non du public pour cette enquête ?

Réponse :

25 personnes ont consulté la page web dédiée à l'enquête publique sur la révision du Règlement Local de publicité.

Relative à l'absence de réponses de l'ABF :

Réponse :

Le projet de RLP prend en compte les avis émis par l'ABF à l'occasion des différentes demandes d'enseignes formulées par le passé. Ainsi le projet de RLP est plutôt consensuel pour l'ABF puisqu'il traduit ses prescriptions dans le règlement.

En outre un travail est en cours avec l'ABF pour redéfinir le périmètre des abords des monuments et établir un Plan de Valorisation et de l'Architecture et du Patrimoine (PVAP) afin de proposer un cadre réglementaire clair et rassurant pour les usagers.

Relative à l'avis du Conseil Départemental du Val d'Oise qui demande un rappel des dispositions de l'arrêté du 15 janvier 2007 portant application du décret n° 2006-1658 du 21 décembre 2006 relatif aux prescriptions techniques pour l'accessibilité de la voirie et des espaces publics aurait été le bienvenu car cette règle est trop souvent méconnue et non respectée.

Réponse :

Le Conseil Départemental questionne le débord maximal des enseignes en drapeau. Cependant, le RLP est plus strict que les règles proposées par le Conseil Départemental. En outre chaque demande faisant l'objet d'un débord sur le domaine, le gestionnaire de voirie compétent est consulté. Le conseil départemental pourra à cette occasion et en fonction du cas d'espèce émettre des prescriptions complémentaires.

La deuxième question porte sur les stores bannes. Ceux-ci ne sont pas réglementés par le RLP mais par le code de l'urbanisme et donc le PLU. Cette problématique de débord sur le domaine public est donc gérée au stade d'une demande d'autorisation d'urbanisme.

La troisième question porte sur l'opportunité d'intégrer un rappel dans le RLP des règles concernant l'accessibilité des voiries. Il en va de même que pour leur première question, lorsqu'un dispositif est implanté sur ou en débord d'un domaine public le gestionnaire de voirie compétent est consulté. Le conseil départemental pourra à cette occasion et en fonction du cas d'espèce émettre des prescriptions complémentaires

Il n'y a donc pas lieu d'intégrer ces remarques dans le RLP.

Relative à la réponse de La Direction Départementale des Territoires (DDT) qui pointe quelques erreurs matérielles sur le règlement lui-même et qui demande d'annexer un plan à une échelle interprétable (au moins format A3 voire A2) ou de nommer précisément les rues concernées.

Réponse

Les remarques de la DDT seront prises en compte pour corriger les erreurs matérielles détectées ou pour préciser les points identifiés comme fragiles notamment ce qui concerne le calcul des surface d'affichage.

Concernant le plan des entrées de ville il y a effectivement lieu de fournir des plans précis des parcelles concernées par ces périmètres spéciaux. Le plan de zonage sera donc complété en ce sens.

Relative aux deux courriers contradictoires que j'ai reçus pendant l'enquête ; Celui de l'UPE, et Celui de Paysages de France :

Réponse

Les deux courriers reçus pendant l'enquête publique ont effectivement été envoyés par des lobbys ayant des positions strictement opposées. Cela met en avant que le RLP communal est équilibré et qu'il conjugue les intérêts des afficheurs et des associations environnementales. Toutefois, 2 remarques de l'association Paysages de France peuvent être retenues, soit pour corriger des oublis, soit pour améliorer le règlement :

- La remarque concernant l'absence de réglementation pour les enseignes hors agglomération est effectivement pertinente et sera intégrée dans le RLP.
- La question sur les enseignes temporaires est effectivement une question importante à traiter. Elle est déjà traitée dans le RLP et sera éventuellement complétée suite à cette remarque.

Les autres remarques formulées par l'UPE et par l'association paysage de France ne peuvent pas être retenues car elles remettraient en cause l'équilibre entre la préservation du dynamisme économique et du cadre de vie.

Relative à la conséquence de la révision du RLP pour le petit commerce de proximité

Réponse

Tout au contraire le projet de RLP a été organisé pour structurer l'affichage publicitaire et les enseignes afin de valoriser le tissu urbain. Lors de la concertation tous les acteurs économiques locaux ont été invités à se prononcer. Peu d'entre eux se sont déplacés, mais les acteurs locaux présents lors de la réunion n'ont émis aucune opposition au projet.

Relative à l'absence de public pour cette enquête, ce qui pourrait signifier que la publicité dans Gonesse n'est pas problématique pour les habitants. Qu'en pensez-vous ?

Réponse

Il s'agit d'une thématique complexe qui concerne directement les acteurs économiques uniquement lorsqu'ils doivent déposer une demande.

Le reste de la population est sensible au cadre de vie et soutient les efforts fait par la municipalité pour le préserver, mais il n'est pas aisé pour eux d'intervenir dans une enquête publique

Relative à l'évolution économique de la région, notamment suite à la pandémie de la Covid :

Réponse

L'analyse est complexe, toutefois le RLP tente de préserver le dynamisme économique du territoire en privilégiant un affichage qualitatif.

5 - REFLEXIONS DU COMMISSAIRE-ENQUETEUR :

La révision du RLP concernant la commune de Gonesse semble justifiée, au vu de l'évolution de la ville de Gonesse ces dernières décennies.

La révision du RLP poursuit des objectifs visant à améliorer le cadre de vie du tissu pavillonnaire et résidentiel environnant et à favoriser une insertion urbaine et environnementale cohérente des projets d'implantations de dispositifs.

La révision limitera l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie, tout en protégeant le patrimoine naturel, il permettra de renforcer et d'harmoniser la réglementation locale sur la commune pour renforcer son identité, et pour adopter des dispositions plus respectueuses du cadre de vie.

Le registre dématérialisé, consulté plusieurs fois (25 fois) sur le site de la commune, sans laisser d'avis, montre que les citoyens n'éprouvaient pas le besoin de s'exprimer sur le sujet.

Les modifications du RLP lors de cette révision semblent mineures et vont dans le sens de l'amélioration de la qualité de vie.

L'absence d'observation des habitants peut être interprété comme un accord au changement de zonage.

La commune tient compte des différentes remarques apportées durant l'enquête, et n'hésite pas à reprendre certains points soulevés par plusieurs intervenants tout en gardant l'objectif fixé d'améliorer la qualité de vie des habitants de la commune.

Pour conclure, dans le projet de révision à Gonesse, on peut voir que les publicités ne sont pas admises mais les enseignes sont autorisées ce qui veut dire que toute activité peut se signaler.

L'expression est donc possible.

Le projet de révision du RLP propose des mesures favorables à la protection du cadre de vie et de l'environnement

Le projet de révision du RLP préserve les acquis du RLP existant.

Le projet de révision du RLP renforce et préserve l'image et l'identité du territoire en préservant les continuités paysagères, en privilégiant la qualité et la lisibilité des enseignes.

On peut considérer que les objectifs fixés lors de l'élaboration du RLP par la commune de Gonesse ont bien été atteints.

La révision du RLP **ne remet pas en cause l'économie générale du RLP.**

Les principes essentiels de ce projet visent notamment à prévenir les nuisances visuelles et à préserver le cadre de vie dans un contexte d'évolution urbaine et de développement de l'activité économique.

Les évolutions opérées dans la présente révision du RLP n'impliquent pas d'incidences notables du cadre de vie des riverains.

On peut donc conclure que **la révision du RLP assure un bon équilibre entre la protection du cadre de vie et la liberté d'expression et ne crée pas de risque de nuisances supplémentaires sur le territoire de Gonesse, au contraire.**

Fait à l'Isle Adam, le lundi 13 juin 2022,

Le commissaire-enquêteur,

Florence SHORT