



VILLE DE

LOUVECIENNES

Département des Yvelines

Commune de Louveciennes

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Bilan de la concertation



Sommaire

Introduction.....	2
Remarques issues de la réunion de concertation avec les personnes publiques associées (PPA) du 3 juin 2019	3
Remarques issues de la réunion publique du 3 juin 2019	3
Courriers et mails reçus durant le projet	8
Remarques issues du registre en mairie	28
Autres remarques.....	28
Capture d'écran du site Internet le lundi 3 juin mentionnant la réunion publique sur le RLP	29
Photographie du magazine municipal de juin 2019 mentionnant la réunion publique sur le RLP	Erreur ! Signet non défini.
Photographie d'une affiche annonçant la réunion publique dans la mairie de Louveciennes.....	Erreur ! Signet non défini.

Introduction

La concertation a permis d'informer les professionnels, les associations mais aussi les habitants et de recueillir leurs remarques sur le projet de RLP du territoire.

La commune a ainsi prévu dans sa délibération de prescription du 10 avril 2019, les modalités de concertation suivantes :

1. Mise à disposition d'un registre disponible à l'Hôtel de Ville, 30 rue du Général Leclerc, permettant l'expression d'observations et/ou de propositions relatives au projet de règlement local de publicité ;
2. Ouverture d'une adresse email dédiée pour recueillir les observations et/ou propositions de la population sur le RLP (revisionrlp@mairie-louveciennes.fr);
3. Tenue d'une réunion publique de concertation afin d'informer la population et les professionnels sur le projet ;

Ces modalités ont été intégralement réalisées.

Aucune contribution n'a été relevée dans le registre de concertation.

Quatre contributions ont été envoyées par email.

Une réunion avec les personnes publiques associées (PPA) a eu lieu le lundi 3 juin 2019 à Louveciennes. Une réunion publique s'est tenue le lundi 3 juin 2019 à Louveciennes.

Remarques issues de la réunion de concertation avec les personnes publiques associées (PPA) du 3 juin 2019

Une réunion de concertation avec les PPA a eu lieu sur le projet de RLP de la commune de Louveciennes le 3 juin 2019 en mairie entre 14h30 et 15h00. Son objectif était d'informer et de recueillir les remarques des PPA sur le projet.

Malgré les invitations, aucune personne publique ne s'est présentée.

Remarques issues de la réunion publique du 3 juin 2019

Une réunion publique de concertation a eu lieu sur le projet de RLP de la commune de Louveciennes le 3 juin 2019 en mairie entre 20h30 et 22h00. Son objectif était d'informer et de recueillir les remarques du public sur le projet.

En dehors des services et des élus de la commune, huit personnes étaient présentes.

Le bureau d'études présente la démarche de RLP de la commune ainsi que le pré-projet règlementaire envisagé. Un second temps est consacré au débat avec les personnes présentes.

La première question concerne les dimensions des publicités et la possibilité de contraindre les propriétaires (comme la SNCF par exemple) à réduire et/ou modifier leur contrat avec les annonceurs. Dans le cadre du pré-projet, il a été proposé de réduire les dimensions des publicités de 12m² à 2m² (la plupart des publicités présentes sur le territoire communal mesure moins de 2 m²). Les afficheurs devront tous se conformer à la nouvelle réglementation dans les 2 ans qui suivent l'approbation de la révision du RLP de Louveciennes.



Un des rares supports dépassant 2 m² à Louveciennes

La seconde question porte sur le calcul des dimensions en cas de « mosaïques » de publicité comme à l'angle de la RN 186 et du chemin de Prunay. La réglementation prévoit-elle quelque chose là-dessus pour empêcher cela et éviter une succession de publicités pour contrer cette réglementation ? Dans le cas particulier évoqué, les publicités se trouvent sur une parcelle privée. La surface totale sera la même, c'est-à-dire de 2 m². Plusieurs publicités peuvent être placées dans cette surface et sur un unique support compte tenu de la règle de densité envisagée (un seul support si au moins 30 mètres de linéaire).



Un support « mosaïque » de publicités à Louveciennes

La troisième remarque fait observer qu'il est important de maintenir la publicité située rue de Voisins, elle a une valeur historique. Ce dispositif doit être classé au titre du patrimoine local remarquable lors de la prochaine modification du PLU.



Une publicité à valeur historique

La quatrième question concerne la plage horaire d'extinction des enseignes lumineuses de 22h à 6h du matin. Il est demandé s'il s'agit d'une plage validée, ou si, dans le cadre du développement durable, il est possible de durcir cette proposition de 21h à 7h, par exemple. En partant du constat que peu de commerces sont ouverts après 21 heures ou avant 7 heures. Il est répondu que la règle nationale est

d'éteindre les enseignes lumineuses entre 1 heure et 6 heures du matin et que la commune envisage déjà de durcir cette interdiction entre 22 heures et 6 heures. **Une restriction plus forte demeure possible néanmoins les élus souhaitent maintenir la plage de 22 heures à 6 heures.**

La cinquième question aborde la dangerosité des panneaux numériques comme celui de Port Marly (photographie ci-dessous) et demande s'il doit également être éteint entre 22 heures et 6 heures ? Il est répondu que les publicités et préenseignes numériques doivent être éteintes entre 22 heures et 6 heures (projet de la commune). Les élus ne souhaitent pas que ce type de grand format soit implanté sur la Commune.



Une publicité numérique à Port-Marly

La sixième question concerne la possibilité d'autoriser uniquement la publicité pour les commerces de la Commune et non celle de sociétés implantées en dehors de la Commune. Il est précisé que cela n'est pas possible au regard de la liberté du commerce. Par ailleurs, le RLP n'a pas vocation à encadrer le contenu des dispositifs, même si ces derniers sont obsolètes. Dans le cadre des pouvoirs de police du maire, le RLP permet, à la Commune de faire démonter les dispositifs non réglementaires.

La septième question porte sur le site de Villevert. Cette réglementation s'y impose-t-elle aussi ? Il est expliqué que le site de Villevert est actuellement situé hors agglomération. Seules les enseignes y sont donc autorisées aux mêmes conditions qu'ailleurs. A titre d'exemple avec le site de Parly 2 sur le Chesnay, aucune publicité n'est visible depuis la route nationale, on relève juste des enseignes. Avec un patrimoine aussi important, la commune de Louveciennes est protégée, cela ne laisse que peu d'espaces pour implanter des dispositifs.

La huitième question porte sur le montant perçu par la commune au titre de la TLPE. Il est précisé qu'il s'agit d'un montant compris entre 5 000 et 10 000 € soit relativement marginal par rapport au budget communal.

La neuvième question concerne les enseignes temporaires. Il est précisé que la réglementation actuelle permet des supports scellés au sol de 12 m², il est proposé de réduire cette surface à 6 m².

La dixième question porte sur l'encadrement de l'implantation des supports sur le trottoir ? Il est expliqué que lorsqu'ils sont implantés sur le domaine public, les dispositifs doivent recueillir l'accord du gestionnaire (mairie, Dirif, etc.). Ces dispositifs sont aussi soumis aux règles d'accessibilité (largeur obligatoire 1,20m/1,40m). Sur une propriété privée, les dispositifs supérieurs à un mètre carré sont soumis aussi à des règles de recul et d'éloignement des baies des voisins (10 mètres).

La onzième question concerne la procédure du RLP. Il est expliqué que la procédure est calquée sur la procédure du plan local d'urbanisme (PLU) depuis juillet 2012. Après avoir prescrit le RLP, la Commune est actuellement dans la phase de concertation (recueil des avis et observations, registre ouvert en mairie, adresse mail), puis nous rentrerons dans la phase administrative après arrêt du projet (avis des personnes publiques associées, comme le département, la région, la préfecture, etc.) suivie de la phase d'enquête publique avant l'approbation.

La douzième question concerne la préfecture et si elle peut émettre un avis défavorable sur le RLP ? C'est possible en théorie. Toutefois, la Commune a prévu une réunion avec les personnes publiques associées en amont de l'arrêt pour discuter d'éventuels désaccords avec la Préfecture. En règle générale, les agents de l'État font part de leurs observations lors de cette réunion pour éviter un avis défavorable sur le projet.

La treizième question concerne les réglementations avec les communes voisines. Une harmonisation est-elle envisagée ? Il est expliqué que de plus en plus, les RLP deviennent intercommunaux. La réglementation tend à s'harmoniser (la plupart des communes prennent des restrictions semblables) même si on remarque quelques nuances d'une commune à l'autre lorsque la compétence est encore communale.

La quatorzième question concerne la « lourdeur » de la procédure du RLP (concertation, enquête publique, etc.) et demande si cela a toujours été le cas. Avant 2012, la procédure était beaucoup plus souple et courte, sans concertation ni diagnostic. Néanmoins, cette procédure n'était pas justifiée (on pouvait mettre presque ce que l'on voulait dans le RLP), peu accessible à la participation publique et a fait l'objet de multiples recours contentieux. La nouvelle procédure répond à une meilleure sécurisation juridique ainsi qu'une participation plus large du public.

La quinzième question concerne la possibilité d'interdire toute forme de panneau numérique ? Il est expliqué qu'il existe un risque contentieux. Cela pourrait entraver la liberté d'entreprendre d'une société ne réalisant que ce type de dispositif. Aussi, la Commune propose d'autoriser uniquement les petits formats de 2m². Pour information, les dimensions peuvent atteindre 8 m² actuellement.

La seizième question concerne les démarches à faire pour être visible ou planter une préenseigne depuis la route nationale ? L'installation d'une publicité ou

préenseigne nécessite la plupart du temps une déclaration préalable comportant une autorisation écrite du propriétaire.

La dix-septième question porte sur la réglementation pour les nouveaux commerçants souhaitant poser une enseigne ? Il est conseillé d'attendre l'approbation du RLP car les règles vont évoluer. Dans le cas où cela n'est pas possible, il est vivement recommandé de prendre connaissance du projet de RLP actuel (même s'il n'est pas définitif) pour éviter de devoir démonter son enseigne dans un délai de 6 ans (période de mise en conformité). La commune avisera tout pétitionnaire qui souhaiterait savoir si son projet est conforme au projet actuel.

L'ordre du jour étant épuisé, la réunion est close à 22 heures.

Courriers et mails reçus durant le projet

Contribution 1 reçue par mail le mercredi 22 mai

----- Courriel original -----

Objet: Révision du règlement concernant les publicités

Date: 22.05.2019 18:33

De: Yves Moncenis <yves.moncenis@mageos.com>

À: revisionrlp@mairie-louveciennes.fr

Monsieur le Maire

Merci à l'occasion de cette révision de limiter au maximum ou même d'interdire l'implantation des publicités et de limiter fortement la taille des pré-enseignes et des enseignes.

5 m² et 7 m², cela me paraît énorme, pourquoi ne pas choisir 1 m² et 2m² comme limite de non taxation. Si tous les panneaux sont petits, ils se voient tout autant, le gigantisme n'est nécessaire que s'il faut être aussi gros que l'autre pour être visible.

Si la loi ne permet pas de distinguer publicité et pré-enseignes, c'est scandaleux et tant pis pour les pré-enseignes, il faut alors les dissuader et les limiter en taille et en nombre autant que possible.

Les panneaux lumineux tels qu'installés à Port Marly doivent être absolument interdits à cause de leur gigantesque pollution et agression visuelle.

Peu importe le montant de la taxe et donc des recettes complémentaires pour la commune, ne vendons pas notre cadre de vie. Je préfère encore que vous augmentiez (légèrement ;D) les impôts.

Si vous pouvez convaincre le maire de Port Marly de supprimer ses enseignes lumineuses, vous aurez fait une bonne action. Je croyais que ce genre de pollution, n'était autorisé qu'à proximité des aéroports et des stades (je me demande d'ailleurs pourquoi ils sont autorisés là).

Veillez agréer, monsieur le Maire, l'expression de ma considération la plus distinguée.

Réponse de la commune : le projet de RLP ne concerne que la commune de Louveciennes. Il ne peut donc agir sur des dispositifs situés sur des communes voisines. Par ailleurs, il s'agit d'un règlement qui n'a pas vocation à aborder de quelque manière que ce soit la dimension fiscale relative à la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE).

Contribution 2 reçue par mail le mardi 28 mai

De : marie_christine.maurey@club-internet.fr [mailto:marie_christine.maurey@club-internet.fr]

Envoyé : mardi 28 mai 2019 14:52

À : revisionrlp@mairie-louveciennes.fr

Objet : réunion

Bonjour,

Concernant la réunion du 3 juin 2019

Moi commerçante CYPRIS INSTITUT notre visibilité est indispensable. Route de Versailles et de Saint-Germain en Laye, pourrions nous imaginer des panneaux, avec chaque dénomination de commerces.(pictogrammes...) Mettons nos artistes Louveciennois à l'œuvre!! Merci

Mme Maurey Mch

Réponse de la commune : le projet de RLP vise principalement à limiter les grands affichages qui bien souvent ne concernent pas le commerce local. Des relais information service (RIS) peuvent être envisagés pour la signalisation des activités de la commune dans des endroits stratégiques de la commune. Toutefois, ces catégories de supports ne relèvent pas du RLP.

Contribution 3 reçue par mail le samedi 8 juin

De : familleterryn@numericable.fr [mailto:familleterryn@numericable.fr]

Envoyé : samedi 8 juin 2019 20:11

À : revisionrlp@mairie-louveciennes.fr

Objet : AVIS SUR LA REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Bonjour,

N'ayant pu me rendre disponible pour la réunion publique du 3 juin dernier, je me permets d'attirer votre attention sur la route nationale 186.

Je sais que vous avez notamment dans vos considérations ce secteur.

Cette route constituant une entrée de commune très empruntée est en toute logique un vecteur d'image de notre commune. L'existence de panneaux publicitaires ou d'enseignes mal gérées nous éloigne du caractère de notre commune qui puise ses sources notamment dans son histoire « impressionniste ». De plus, nous faisons partie des villages fleuris. Ne l'oublions pas.

1. Il existe déjà sur cette nationale des panneaux apposés sur un mur. Cela est particulièrement inesthétique. Ces panneaux sont posés sur un long mur sur la droite en direction de St-Germain. Il devrait être interdit la pose de ces panneaux.

2. La création d'un petit centre commercial sur l'ancien emplacement du stade des plains champs laisse supposer d'autres besoins et cela a du sens pour l'économie de ces magasins. Si la commune accordait la pose de panneaux signalant ce centre commercial, il conviendrait que ces panneaux publicitaires soient concentrés en un seul endroit, de taille réduite et surtout en harmonie avec un cadre qui doit rester verdoyant.

Merci pour votre attention

Xavier TERRYN
06 81 24 85 14

Réponse de la commune : Effectivement, la route nationale 186 est un secteur à enjeux du territoire communal. Il est envisagé d'éviter de grandes implantations publicitaires ainsi que des densités limitées pour préserver le cadre de vie actuel. Cela permettra d'améliorer la qualité de cet axe. Pour ce qui concerne la création d'un petit centre commercial, le projet permet à chaque activité d'avoir des enseignes sur son lieu d'activités. En dehors, il sera privilégié soit des panneaux routiers soit des préenseignes de petit format en veillant à leur bonne intégration (c'est-à-dire sans être co-visibles avec un monument historique ou sans être localisés dans un site inscrit).

Contribution 4 reçue par mail le vendredi 13 septembre 2019

De : Laure SORLOT [<mailto:l.sorlot@upe.fr>]
Envoyé : vendredi 13 septembre 2019 16:31
À : 'Nathalie Mariette'; revisionrlp@mairie-louveciennes.fr
Cc : 'Sebastien NAMBOTIN'; allandrini@mairie-louveciennes.fr
Objet : RE: Révision RLP Louveciennes

Madame,

Pour faire suite à votre demande, je vous prie de trouver ci-après nos observations concernant la révision du règlement local de publicité.

Lien à télécharger : <https://we.tl/t-O7KqkUC6sE>

Nous restons à votre disposition pour tout complément d'information,
Bien à vous

Laure SORLOT
UPE - Chargée du Secretariat Général
2, rue Sainte Lucie – 75015 Paris
☎ 01 47 42 89 94 📠 06 03 78 43 59
✉ l.sorlot@upe.fr

Le lien de téléchargement envoie vers le document suivant :

Monsieur le Maire
En son Hôtel de Ville
30, rue du Général Leclerc
78430 Louveciennes

Paris, le 13 septembre 2019

*Objet : révision du règlement local de publicité
Concertation*

Monsieur le Maire,

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel représentant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande attention du projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville de Louveciennes.

Tel que présenté, ce projet de RLP ne permet toutefois pas de concilier de façon satisfaisante les objectifs de protection du cadre de vie de la ville et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux. Cette exigence de conciliation, à laquelle tout RLP doit répondre, est pourtant imposée par le code de l'environnement.

La création d'une zone unique de publicité et les règles associées entraînent la disparition du média communication extérieure « grand format » dans une commune faisant pourtant partie de l'unité urbaine de Paris. Le projet de RLP alourdit excessivement les contraintes économiques auxquelles notre média est soumis et met fin à toute viabilité des réseaux implantés à date. Partant, les acteurs économiques locaux ne pourront plus communiquer par leurs biais.

C'est pourquoi, nous vous présentons nos demandes d'aménagements réglementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre.

Vous trouverez à cet effet, joint à la présente, un dossier reprenant nos différentes propositions. Celles-ci demeurent, en tout état de cause, plus restrictives que le règlement national de publicité (RNP), comme le prescrit l'alinéa 2 de l'article L581-14 du code de l'environnement.

En espérant que vous comprendrez le bien-fondé de notre démarche, je vous prie de recevoir, Monsieur le Maire, mes salutations distinguées.


Stéphane DOUTELONDE
Président de l'UPE

PJ : dossier de présentation



Contribution à la révision du Règlement Local de Publicité Septembre 2019

La communication extérieure possède les atouts nécessaires pour répondre aux différents objectifs des annonceurs. La communication extérieure est un outil de communication locale et régionale :

✓ La communication extérieure est un **mass-média, tout particulièrement sur les marchés locaux**. C'est aujourd'hui **le média local le plus puissant**. ✓ Elle est un média privilégié pour les annonceurs locaux qui cherchent en particulier à développer leur notoriété, à créer du trafic, à faire savoir au plus grand nombre qu'ils proposent des nouveautés, des soldes ou des promotions, ou encore à développer leur image de marque.

✓ Il s'agit également d'un **média de proximité**, dimension capitale dans une stratégie de communication locale. **Seuls Internet et la publicité extérieure** offrent la possibilité de communiquer sur une zone géographique précise. La publicité extérieure reste un outil indispensable pour se faire connaître sur sa zone de chalandise. **Pénaliser la publicité extérieure revient à favoriser la publicité sur Internet, sans bénéfice direct pour la collectivité (ex. TLPE), ni pour l'emploi local**. ✓ La communication extérieure permet ainsi de délivrer les messages au bon endroit et au bon moment.

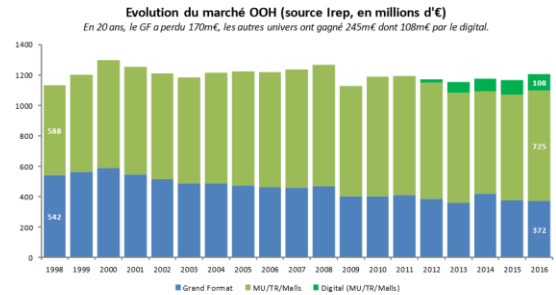
La communication extérieure – un média moderne et indispensable

Au cours des 20 dernières années, la communication extérieure s'est imposée comme le **dernier média de masse**.

Elle a ainsi pu préserver ses parts de marché dans un univers concurrencé par l'arrivée de la publicité digitale.

Cette position s'affirme notamment **pour les acteurs locaux** qui ne disposent pas d'autres médias pour **communiquer sur le territoire** de manière globale.

La communication extérieure doit donc pouvoir s'exprimer pour **favoriser le développement du tissu économique local**.



OOH est une abréviation pour « Out Of Home »
(= équivalent français : publicité extérieure)

La communication extérieure – un média moderne et indispensable **La part de marché de la communication extérieure est en progression constante depuis 2006 (hors Internet).**

- ✓ Pour la **13^{ème} année consécutive** (de 2006 à 2018) la communication extérieure enregistre des résultats supérieurs à ceux de l'ensemble des médias historiques.
- ✓ Entre 2006 et 2018, la part de marché de la communication extérieure a ainsi connu une progression constante, passant de 11,6% à 16,2% des médias historiques.
- ✓ Prévisions du marché de la publicité extérieure en 2019 et 2020 (Source : Magna, 17 juin 2019) :
 - + 2,6% en 2019 (contre - 1,1% pour les médias historiques)
 - + 4,0% en 2020 (contre - 1,0% pour les médias historiques).



2006

2018

La communication extérieure – un média moderne et indispensable

Les raisons de la progression de la communication extérieure

L'affichage, média le plus innovant selon une étude Ifop pour les prix Stratégies de l'innovation média

STRATÉGIES

15 mai 2019 - 23:55

➤ **Une mobilité en croissance**

+39 min passées hors domicile en 10 ans (Source : TGI-Kantar)

70% des Français utilisent régulièrement les transports en commun, +7pts en 5 ans (Source : Enquête UTP 2018)

➤ **Une urbanisation en croissance**

+ 9 millions de Français vivant en zone urbaine depuis 1982 (Source : INSEE)

80% des Français vivent en ville. 86% d'ici 2050 (Source : INSEE)



D'où une progression de l'audience de la communication extérieure

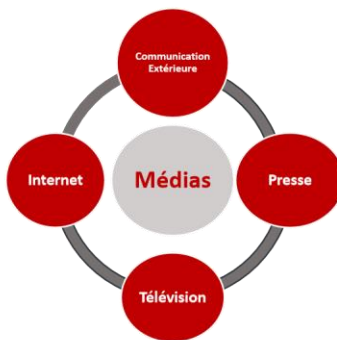
La ville est un territoire actif, le plus grand réseau social du monde réel

UPE - Septembre 2019

5

La communication extérieure, un média « pluriel »

Maintenir la présence de la communication extérieure, c'est favoriser la pluralité des médias



Ø Internet est devenu le premier média publicitaire, devant la télévision. Il représente 39,7% du marché publicitaire en France et 54,2% du marché publicitaire aux Etats- Unis.

Ø Google et Facebook captent 78% du marché français de la publicité sur Internet et 56,5% du marché américain.

Ø **Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante de Google et Facebook sur le marché publicitaire.**

(Sources : Etude PwC pour le SRI et l'UDECAM, Etude eMarketer)

6

La communication extérieure – un média appliqué et respectueux de la vie privée

« Les plates-formes numériques de ces deux géants constituent ainsi des diffuseurs de choix pour un annonceur souhaitant toucher le plus grand nombre, explique l'avocat Arnaud Touati. Facebook et Google s'appuient sur la data collectée à travers chacun de nos passages sur leur plate-forme. **Contrairement aux autres diffuseurs, ils maîtrisent parfaitement la masse de données récoltées.** » Facebook, par exemple, dispose d'algorithmes qui, couplés à un système de géolocalisation, lui permettent de cibler efficacement les consommateurs.

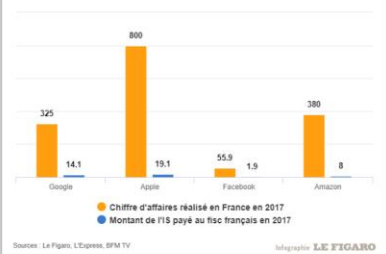
Extrait Magazine Capital – Septembre 2019

Avec 108 salariés dans sa filiale française, Facebook a déclaré en 2017 un chiffre d'affaires de 56 millions d'euros et n'a payé qu'environ 1,9 million d'euros, rapporte BFM TV. Sauf que, précise la chaîne, le chiffre d'affaires réel de l'entreprise est bien supérieur. La filiale française du réseau de Mark Zuckerberg revendique 39 millions d'inscrits dont 35 millions de personnes actives. En 2017, selon ses comptes, un utilisateur européen rapportait par ailleurs quelque 24,2 euros en moyennes. Résultat : selon BFM TV, le chiffre d'affaires réel de Facebook en France serait de 850 à 950 millions d'euros.

Source Capital.fr

UPE - Septembre 2019

Chiffre d'affaires et montant de l'impôt sur les sociétés par les GAFAs au fisc français en 2017 (en millions d'e)



7

Le marché de la communication extérieure – Investissements locaux en France

De très nombreux annonceurs locaux communiquent sur les réseaux d'affichage présents en France, **notamment pour une communication directionnelle.**

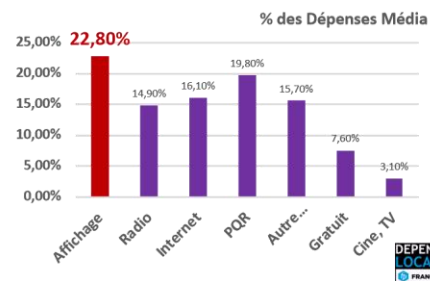
Tous les secteurs d'activités et toutes les tailles d'activités sont représentés : salons, aquarium, sport, agence immobilière, grande distribution, bricolage, cuisiniste, hôtellerie, restauration, loisirs, mutuelles...

La communication extérieure est faite par et pour les annonceurs locaux.

Elle est le **dernier média** leur permettant d'être connus de tous sans ciblage marketing.

Pourcentages de dépenses média attribués à la communication extérieure

22 - Hébergement / Restauration	24,0%
21 - Loisirs / Tourisme	39,3%
19 - Enseignement / Formation	10,7%
07 - Commerce alimentaire spécialisé	29,9%
02 - Transports de voyageurs	12,6%



Sur le territoire français, **l'affichage représente 22,80 % des investissements publicitaires locaux (1^{er} média).**

Source France Pub 2017

8

- ✓ À possibilité de partir du cadre national et de l'adapter à la situation locale, le Règlement Local de Publicité (RLP) permet d'intégrer l'environnement, la publicité et les RL. Il donne la diversité au territoire considéré.
- ✓ Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions relatives. Le RLP peut ainsi s'avérer être un outil pour réintroduire la publicité dans les zones d'interdictions relatives de publicité.
- ✓ De plus, le RLP doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes d'urbanisation et de nouvelles technologies.
- ✓ Enfin, le RLP ne doit pas être un document excessivement complexe et se doit d'encadrer les installations publicitaires de manière claire pour gagner en efficacité. Il doit éviter tout risque pouvant être lié à l'interprétation juridique pour les acteurs publics chargés de le faire appliquer et les acteurs privés de le respecter.



Département des Yvelines

Commune de Louveciennes

REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Tome 2 : partie réglementaire

Version du projet pour la concertation



Sur le zonage

Article 3 Zonage

« Une zone de publicité est instituée sur le territoire communal. Elle couvre l'ensemble de la zone agglomérée.

Cette zone est délimitée sur les documents graphiques. »

Sur le zonage

Le zonage se doit de tenir compte du territoire qu'il entend couvrir. En établissant une seule et unique zone, le zonage ne tient ainsi pas compte de l'urbanisation et du cadre environnemental en présence, lequel se veut, par définition, fluctuant sur l'ensemble d'une agglomération.

Focus sur une zone spécifique : Quai Conti - D113

Le projet de RLP prévoit la création d'une seule zone de publicité sur le territoire communal. Le zonage se doit d'être adapté au territoire qu'il entend couvrir.

Le quai Conti est un axe majeur entre Le Port Marly et Bougival. Nous préconisons de créer une zone de publicité correspondant à cet axe. Les règles applicables à cette zone pourraient être les suivantes :

- Dispositif publicitaire sur mur aveugle d'une superficie maximale de 8 m² d'affichage (10,60 m² avec encadrement) ;
- Dispositif publicitaire scellé au sol d'une superficie maximale de 8 m² d'affichage (10,60 m² avec encadrement) ;
- Unités foncières avec linéaire sur rue inférieur à 20 m => interdit ;
- Unités foncières avec linéaire sur rue supérieur à 20 m => 1 seul dispositif par unité foncière.

Sur le format

Article 7 Publicité ou préenseigne apposée sur un mur aveugle

« Sous réserve de l'application de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, la publicité ou la préenseigne apposée sur un mur aveugle (lumineuse ou non), ne peut avoir une surface unitaire excédant 2 mètres carrés, ni s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol. »

Article 8 Dispositifs publicitaires ou préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol

« Sous réserve de l'application de l'article L.581-8 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires ou les préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol (lumineux ou non) ne peuvent avoir une surface supérieure à 2 mètres carrés, ni s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol. »

Sur le format

La ville de Louveciennes compte 7 144 habitants (chiffres INSEE – 2016). Elle fait partie de l'unité urbaine de Paris (10 733 970 d'habitants – chiffres INSEE 2016),

La réglementation nationale autorise sur ce territoire la publicité de type « grand format ». En effet, le code de l'environnement opère une distinction entre les agglomérations de moins de 10 000 habitants ne faisant pas partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (format limité à 4 m²) et les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants (12 m² maximum).

De cette façon, la ville de Louveciennes peut avoir accès à une offre de réseaux dits « **grands formats de 12 ou 8 m²** » proposés aux annonceurs par les sociétés d'affichage.

Ne pas permettre aux annonceurs de disposer d'un affichage « grand format » **uniforme** sur le territoire privera ceux-ci de moyens efficaces de **communication**.

Sur le format Septembre 2019

Les dispositions reproduites à la page 15 sont prévues par le code de l'environnement pour des communes comptant moins de 10 000 habitants et n'appartenant pas à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants. **Elles ne concernent pas les communes qui, comme Louveciennes, comptent moins de 10 000 habitants mais appartiennent à une unité urbaine de plus de 100 000 habitants.**

Restreindre la communication extérieure à un format limité à 2 m² sur le territoire de Louveciennes a un impact très fort sur la couverture globale du territoire. Il s'agit de fait d'une interdiction pleine et entière pour les opérateurs proposant une offre « grand format », aucun d'entre eux ne disposant à date d'un format 2 m² sur domaine privé sur le territoire.

Les constats que nous avons réalisés sur le territoire national montrent en effet qu'un dispositif publicitaire implanté sur le domaine privé se situe en moyenne à 6,62 m du bord de voie. Ce qui est lisible à cette distance sur un dispositif « grand format » (8 ou 12 m²) ne l'est plus avec un format de 2 m², notamment en milieu urbain.

Sur le format Septembre 2019

En outre, la commercialisation des offres publicitaires s'effectue sur des réseaux d'affichage cohérents (ensemble de panneaux de même format répartis sur un territoire donné).

Dans la mesure où, dans la commune de Louveciennes, le format 2 m² ne constitue pas un format « standard », la limitation du format obligera les annonceurs à modifier pour chaque campagne les formats d'impression des affiches publicitaires.

Le projet de RLP engendrera ainsi des coûts supplémentaires tant pour les opérateurs (changement des dispositifs publicitaires), que pour les annonceurs locaux et nationaux (formats d'affiche différents). Il aura pour seule conséquence de pénaliser les possibilités de communication dans les lieux concernés.


En octobre 2016, le Conseil d'Etat a estimé que les formats maximums prévus par le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes doivent être appréciés « *moules comprises* »*. **Le format : apports de la jurisprudence « Oxial »** Les collectivités locales gardent toutefois la possibilité de distinguer, dans le cadre d'un RLP, le format d'affiche de celui des moules, sous réserve bien entendu du respect des formats maximums.

À cet égard, le Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire avait clairement précisé dans son Guide publié en avril 2014, qu'un « RLP(i) peut apporter des précisions utiles. Par exemple, il peut distinguer le format hors tout, c'est-à-dire le format qui englobe les moules ».

Pour préserver les différents formats utilisés par l'ensemble des professionnels du secteur dans le respect du RNP et de la jurisprudence, nous préconisons de prévoir une limitation du format de l'affiche ou de l'écran, assortie d'une limitation des dispositifs publicitaires « moules comprises ».

À défaut, le RLP de Louveciennes mettrait en péril toute possibilité pour les acteurs économiques locaux de communiquer sur nos réseaux dans la mesure où **des formats « hors tout » ne sont à ce jour ni développés, ni commercialisés par la profession et remettrait ainsi en cause l'ensemble des implantations.**

* Conseil Etat, 20 octobre 2016, Affaire « Oxial » req. n°395494 et Conseil Etat, 8 novembre 2017, req. n°408801

	<p>Extrait du « Porter à connaissance de l'Etat » RLPMontpellier Méditerranée Métropole Décembre 2018 UPE - Septembre 2019</p>	<p>► Pour couper court aux contestations, le RLP pourra distinguer le format utile du format « hors tout », c'est-à-dire le format qui englobe les moules.</p>
---	--	--

Sur le format : nos propositions

Septembre 2019

Au regard des différents types de dispositifs utilisés par les opérateurs et leurs fournisseurs de matériels pour la conception, la fabrication et l'installation des dispositifs, une disposition inadaptée entraînerait la disparition de l'ensemble des dispositifs de type « vitrines » actuellement implantés alors qu'ils sont pourtant conformes à la réglementation nationale. De plus, une telle restriction impacterait l'ensemble de la filière industrielle et logistique de ce secteur (mise au rebut des dispositifs actuels, création, fabrication, imprimerie, préparation des affiches, aménagement des véhicules d'exploitation...). Enfin, celle-ci nécessiterait de la part des sociétés d'affichage des coûts de remplacement exorbitants pour conserver une activité économique sur le territoire.



Nous formulons les propositions suivantes pour les dispositions liées au format des dispositifs :

- Préciser que la limitation du format opérée dans le RLP s'attache à la notion de surface « utile » et mentionner dans le lexique annexé au projet de règlement que cette surface concerne la surface visible de l'affiche ou l'écran. La surface « hors tout » comprend quant à elle l'encadrement, hors piétement.
- **Alternative : limiter le format hors tout à 10,60m²**, format qui englobe la quasi-totalité des dispositifs actuellement implantés et supportant des affiches de format traditionnel dit « 8 m² ».

=> Nous vous proposons la formulation suivante :

« La surface unitaire et utile d'affichage n'excède pas 8 m² ; la surface du dispositif (affiche et encadrement) n'excède pas 10,60 m², hors éléments accessoires. » Conformément à l'alinéa 1 de l'article L.581-3 du code de l'environnement, la détermination de la surface d'affiche ou d'écran et celle de l'encadrement s'entend hors éléments accessoires (mécanisme déroulant, pied, éléments de sécurité et rampe d'éclairage), dans la mesure où ils n'ont pas pour principal objet de recevoir les messages publicitaires.

Pour exemple, plusieurs collectivités locales précisent dans leur RLP(i) que la surface des dispositifs s'entend hors encadrement :

- RLP de Metz de 2016 – article 3 : « sur bâtiment ou sur clôture, leur surface unitaire d'affichage étant limitée à 8 m², leur surface avec encadrement à 10,50 m²... » • RLPi du Grand Paris Seine Ouest de 2019 : « Limiter la surface de l'affiche à 8 m² et 10,5 m² avec encadrement »

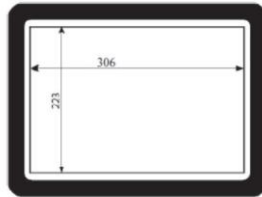
Sur le format

Détail des éléments constitutifs d'une affiche de 8m² de type « vitrine ».

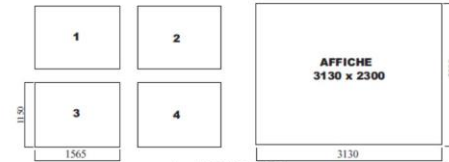
Lastandardisation et l'uniformité du format d'affichedit « 8 m² » impose une largeur de papier comprise entre 306 et 314 cms.

Affiche sans bandeau :

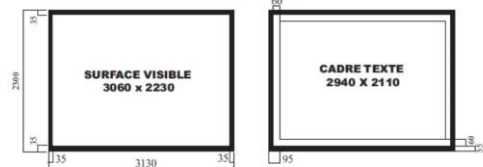
Surface visible : 306 x 223 cm
Surface minimale d'impression : 314 x 231 cm



2 - ASSEMBLAGE BORD A BORD



3 - AFFICHAGE



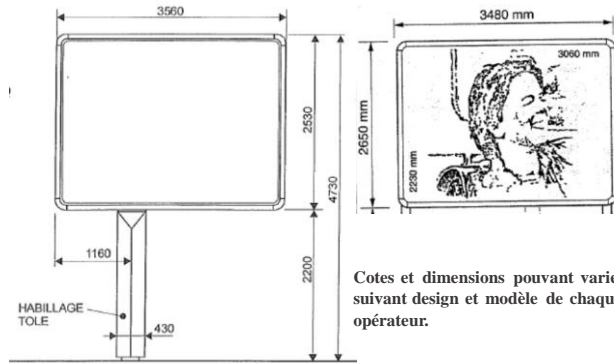
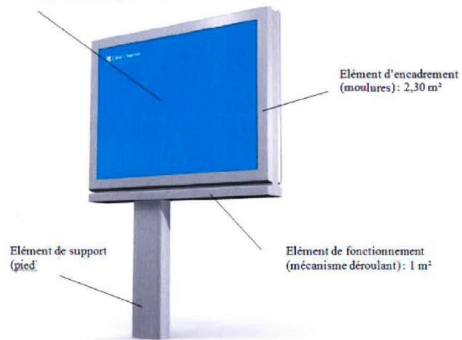
UPE - Septembre 2019

PARTIES CACHEES PAR LE CADRE DU MOBILIER

Sur le format

Détail des éléments constitutifs d'un dispositif de 8m² de type « vitrine ».

Surface utile de la publicité = surface visible de l'affiche (ou de l'écran en cas de dispositif numérique): 6,82 m²



Cotes et dimensions pouvant varier suivant design et modèle de chaque opérateur.

Sur le format

Dispositif actuel
Classique portatif 12 m²



Dispositif monopied format 8 m²
« hors moulures »



Dispositif monopied format 8 m²
« moulures comprises »



Moins 35 % de surface

La transformation d'un dispositif de « 12 m² » en dispositif de « 8 m² » traditionnellement utilisé à ce jour permet une réduction de près de 35% de l'impact visuel, tout en conservant une standardisation des dispositifs, indispensable au maintien des exploitations actuelles. Visuellement, l'intégration des moulures dans le format « 8 m² » n'a aucun impact.

- + Impact visuel en baisse
- + Investissements économiquement acceptables

+ impact visuel identique (cf. image précédente)

- Investissements hors standards économiquement non viables

Sur le format 10,60 m²

Ce qu'il autorise :



Ce qu'il interdit :



Règle de densité

Septembre 2019

Article 9 Densité

« La règle de densité concerne :

- les publicités ou préenseignes apposées sur un mur aveugle (lumineuses ou non) ;
- les dispositifs publicitaires ou préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol (lumineux ou non).

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique dont le linéaire est supérieur à 30 mètres, il peut être installé :

- soit un dispositif publicitaire ou une préenseigne, scellé au sol ou installé directement sur le sol, lumineux ou non ; - soit une publicité ou une préenseigne apposée sur un mur, lumineuse ou non.

Sur une unité foncière disposant d'un côté bordant une voie ouverte à la circulation publique dont le linéaire est inférieur ou égal à 30 mètres, aucune publicité ou préenseigne ne peut être installée. »

Règle de densité

Septembre 2019

Au regard de l'urbanisation du territoire, nous vous proposons les règles de densité suivantes associant à la fois la possibilité de maintenir une présence et une maîtrise de la communication extérieure :

- Linéaire inférieur à 20 m. => interdit ; -
- Linéaire supérieur à 20 m. => 1 dispositif.

Par ailleurs, la Cour administrative d'appel de Nancy a jugé (CAA Nancy, 18 mai 2017, « Société Oxial », N° 16NC00986) que, au sens des dispositions de l'article R581-25 du code de l'environnement, « pour la détermination du nombre de dispositifs pouvant être installés, il y a lieu de tenir compte de toute la longueur du ou des côtés de l'unité foncière bordant une ou plusieurs voies ouvertes à la circulation publique ».

Aussi, lorsque l'unité foncière est bordée de plusieurs voies, les longueurs peuvent être cumulées entre elles.

Nous préconisons donc de tenir compte de cette jurisprudence dans le projet de RLP.

Hauteur des dispositifs publicitaires

Septembre 2019

Article 7 Publicité ou préenseigne apposée sur un mur aveugle

« Sous réserve de l'application de l'article L. 581-8 du code de l'environnement, la publicité ou la préenseigne apposée sur un mur aveugle (lumineuse ou non), ne peut avoir une surface unitaire excédant 2 mètres carrés, ni s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol. »

Article 8 Dispositifs publicitaires ou préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol

« Sous réserve de l'application de l'article L.581-8 du code de l'environnement, les dispositifs publicitaires ou les préenseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol (lumineux ou non) ne peuvent avoir une surface supérieure à 2 mètres carrés, ni s'élever à plus de 4 mètres au-dessus du niveau du sol. »

UPE - Septembre 2019

25

Hauteur des dispositifs publicitaires

19

Le projet de RLP prévoit de limiter la hauteur des publicités murales et des dispositifs scellés au sol à 4 mètres.

Le code de l'environnement a prévu une hauteur limitée à 7,5 mètres pour les publicités murales (article R581-26). Quant aux dispositifs scellés au sol, leur hauteur est limitée à 6 mètres (article R581-32).

Afin de garantir l'accessibilité de la voirie et des espaces publics, les dispositifs scellés au sol doivent permettre un passage libre d'au moins 2,20 mètres de hauteur. Afin de respecter ces contraintes réglementaires et de prendre en compte les différents environnements urbains (hauteur de haie, hauteur de passage sous les mobiliers), **nous souhaitons le maintien du règlement national de publicité (RNP) sur ces dispositions.**

UPE - Septembre 2019

26

Lexique

« Une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »

Il convient de rappeler la décision de principe rendue en la matière par le Conseil d'Etat (décision du 2 mars 1990, « *Ministre de l'urbanisme, du logement et des transports c/ Société Publi-System* », N° 68134).

Cette décision précise que la notion d'agglomération doit être entendue comme un ensemble d'immeuble bâti rapproché, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie, et leur positionnement par rapport au bâti.

Afin de ne contrevenir ni à la définition de la notion d'agglomération au sens du code de l'environnement, ni à la jurisprudence du Conseil d'Etat, nous suggérons de reprendre la rédaction de l'article L581-7 du code précité :

« en dehors des lieux qualifiés d'agglomération par les règlements relatifs à la circulation routière, toute publicité est interdite ».

Contribution à la révision
du Règlement Local de Publicité
Septembre 2019

Réponse de la commune :

- Sur le zonage, la Commune a souhaité une unique zone de publicité afin d'harmoniser les règles locales compte tenu de la présence de bâtis remarquables présents sur l'ensemble du territoire communal. La commune ne souhaite pas voir s'implanter des publicités ou préenseignes scellées au sol de grand format sur le quai Conti.

- Sur le format, la Commune compte presque exclusivement des supports de petits formats inférieurs à 2 mètres carrés, c'est pour cette raison qu'elle a retenu

ce seuil considérant que la pollution visuelle était moindre qu'un panneau de 12 ou 8 mètres carrés. Cette surface doit être entendue hors-tout comme c'est le cas dans le code de l'environnement.

- Sur la densité, la Commune ne souhaite pas assouplir la règle envisagée comme le propose l'UPE (seuil de 20 m au lieu de 30 m pour l'implantation d'un support) car le seuil de 30 mètres est en adéquation avec les longueurs de linéaire présent sur le territoire communal.

- Sur la hauteur des supports publicitaires, la Commune a retenu le seuil de 4 mètres qui correspond à la hauteur au sol de la majeure partie des supports présents sur le territoire. Par ailleurs, cette hauteur au sol correspond également à la hauteur d'un bâtiment d'un peu plus d'un étage ce qui implique une meilleure insertion paysagère des supports dans un contexte assez résidentiel qui est celui de la commune de Louveciennes.

- Sur le lexique, la Commune a repris la définition du code de la route ainsi que celle qui figure dans le guide du Ministère de Transition économique et solidaire et ne souhaite pas en modifier la définition pour ne pas susciter d'autres interprétations.

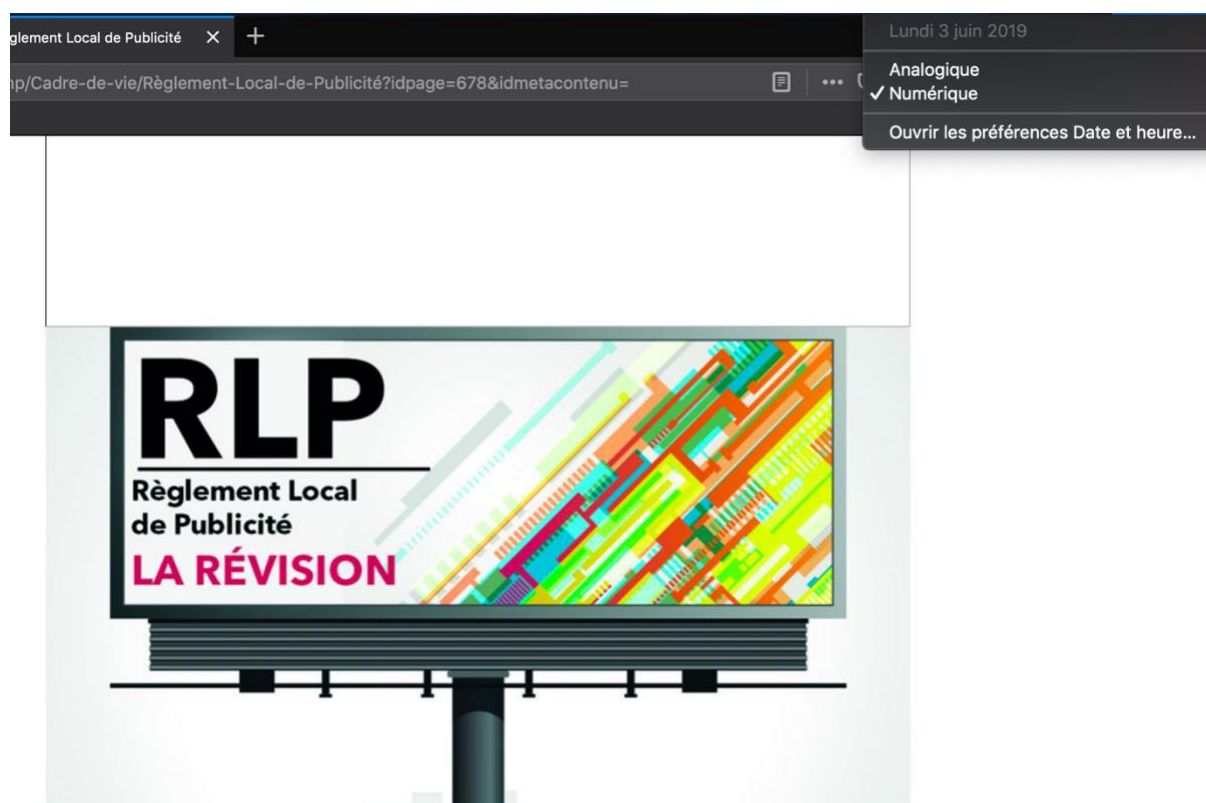
Remarques issues du registre en mairie

Le registre mis à disposition en mairie de Louveciennes n'a fait l'objet d'aucune remarque de la part des habitants.

Autres remarques

Le syndicat UPE et la société JC Decaux ont demandé à être associé à la démarche de RLP à la suite de la délibération de prescription. La commune aurait souhaité que les professionnels participent à la réunion publique qu'elle a organisée à cet effet. Les professionnels n'étant pas présents à la réunion publique, la commune les a informés qu'ils pouvaient transmettre leurs remarques par courrier, par mail ou dans le registre disponible en mairie. Aucun élément n'a été reçu de leur part avant l'arrêt du projet.

Capture d'écran du site Internet le lundi 3 juin mentionnant la réunion publique sur le RLP



> Ouverture d'un registre disponible à l'Hôtel de Ville, 30 rue du Général Leclerc, permettant l'expression, observation, et/ou propositions relatives au projet de règlement local de publicité.

> Ouverture d'une adresse e-mail dédiée pour recueillir les observations et/ou propositions de la population sur le RLP : revisionrlp@mairie-louveciennes.fr

> Tenue d'une réunion publique de concertation afin d'informer la population et les professionnels sur le projet : **Lundi 3 juin 2019 à 20h30 - Salle Renoir**

Photographie du magazine municipal de juin 2019 mentionnant la réunion publique sur le RLP

LOUVECIENNES
— INFORMATIONS —
La Feuille Orange - Juin 2019
N°235

samedi 1^{er}
Don du Sang
Maison de l'Etang de 9h30 à 14h30
Partagez votre pouvoir, faites un don !
Attention : **Horaires et jours exceptionnels pour cette collecte**
Renseignements : www.dondesang.net

samedi 1^{er}
Atelier couture « Raconte tapis »
Médiathèque Georges Prêtre à 15h30
Créez un tapis à histoires et fabriquez de petits personnages qui nourriront l'imagination des enfants ! À partir de 12 ans
Entrée gratuite - Renseignements : Médiathèque ☎ 01 30 82 13 50

lundi 3
Réunion Publique
Salle Renoir à 20h30
Révision du Règlement Local de Publicité
Participez à la concertation et donnez votre avis
Tous les documents sur le site de la ville : www.louveciennes.fr
✉ revisionrlp@mairie-louveciennes.fr - Registre ouvert en Mairie

du mar 4 au ven 21
Exposition : Émotions en tout sens
Maison des Enfants
Découvrez les œuvres créées par les enfants au cours de l'année
Lundi - Vendredi : 16h30-18h30 / Mercredi : 10h30-12h et 14h-18h
Défilé et verre de l'amitié le jeudi 6 juin à 18h30
Entrée gratuite - Renseignements : Maison des Enfants ☎ 01 39 69 78 16

du mar 4 au mar 25
Révisions d'examens
Médiathèque Georges Prêtre et Fabrique MJC
4 au 22 juin - Médiathèque : Révisions Bac et examens supérieurs - Connexion wifi et café à votre disposition. 14h-18h du mardi au samedi
4 au 25 juin - Fabrique MJC : Préparation Brevet - sessions de travail sur des sujets types + corrections. Du 4 au 15 : mardi - jeudi - vendredi de 17h à 20h / samedi 10h-13h • Du 17 au 25 : Lundi - Vendredi de 10h à 13h
Rens. : Médiathèque ☎ 01 30 82 13 50 / Fabrique MJC ☎ 01 39 18 00 95

mercredi 5
Baby Sing Along
Médiathèque Georges Prêtre à 16h45
Venez chanter avec Jane en anglais - Ouvert aux enfants jusqu'à 5 ans
Entrée gratuite - Renseignements : Médiathèque ☎ 01 30 82 13 50

jeudi 6
Café des Sciences
Fabrique MJC à 20h30
« Big Data, Big Intelligence ? » - Par Yves Serra
Ingénieur des Ponts et Chaussées - Président d'YPSERIS
Découvrez tous les enjeux du traitement des données de tous types
Entrée gratuite - Renseignements : Fabrique MJC ☎ 01 39 18 00 95

RLP
RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
LA RÉVISION

VILLE DE LOUVECIENNES
Service Culture et Communication - culturecom@mairie-louveciennes.fr

f t y

Photographie d'une affiche annonçant la réunion publique dans la mairie de Louveciennes

