



Ville de
Vaux-le-Pénil

Elaboration du Règlement Local de Publicité

Débats sur les orientations

Conseil municipal du 12 décembre 2024



SOMMAIRE

COMMUNE DE VAUX-LE-PENIL

- Contexte général
- Synthèse du diagnostic
- Objectifs et orientations
- Planning prévisionnel





Contexte général

PROCÉDURE DE RLP



PHASE 1 : Diagnostic

Délibération prescrivant l'élaboration du RLP définissant les objectifs en matière de publicité extérieure et les modalités de concertation

Débat sur les orientations
(facultatif)



PHASE 2 : Elaboration du RLP

Délibération arrêtant le projet de RLP et tirant le bilan de la concertation

Avis des PPA et
de la CDNPS
puis enquête publique



PHASE 3 : Etape administrative

Délibération d'approbation du projet de RLP

RAPPEL DES DÉFINITIONS

> LES ENSEIGNES

Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.
(Article L 581-3 2° du code de l'environnement).



< LES PREENSEIGNES

Constitue une préenseigne, toute inscription, forme ou image indiquant la proximité où s'exerce une activité déterminée.
(Article L 581-3 3° du code de l'environnement).



> LES DISPOSITIFS PUBLICITAIRES

Constitue une publicité, toute inscription destinée à informer ou attirer le public. Panneau affichant une publicité sur le domaine privé et public, sur une voie ouverte à la circulation publique.
(Article L 581-3 1° du code de l'environnement).



DISPOSITIFS NON CONCERNÉS PAR LE RLP



Ces dispositifs ne sont pas concernés par la réglementation de la publicité extérieure

Signalétique
d'information locale (SIL)



Panneaux de signalisation
routière



Panneaux d'informations
municipales



Relais informations services
(RIS)



IMPACTS DU RLP – DÉLAIS DE MISE EN CONFORMITÉ

Infraction au Code de l'environnement		Infraction au RLP
Publicités, préenseignes et supports lumineux en vitrines	Mise en conformité sans délai	Mise en conformité dans un délai de 2 ans à compter de l'approbation du RLP
Enseignes		Mise en conformité dans un délai de 6 ans à compter de l'approbation du RLP

Application du RLP dès son approbation pour les demandes d'autorisations préalables (enseignes) et déclarations préalables (publicités et préenseignes).

Le sursis à statuer n'est pas possible dans le cadre de l'élaboration d'un RLP.

IMPACTS DU RLP – TAXE LOCALE SUR LA PUBLICITÉ EXTÉRIEURE (TLPE)

Dans le cas où l'une des communes appliquent la TLPE, le RLP aura une incidence sur la conformité des supports et donc leur :

- Suppression avec une incidence sur la recette TLPE ;
- Modification avec (réduction du format, de la hauteur etc.) ou sans incidence (remplacement d'un support pour mise à jour, etc.) sur la recette de la TLPE.

Cet impact sur les recettes est différé dans le temps en fonction des délais de mise en conformité évoqués ci-avant :

- Sans délai (infraction au Code de l'environnement) ;
- Sous 2 ans (publicités / préenseignes si infraction au RLP) ;
- Sous 6 ans (enseignes si infraction au RLP).

L'impact (à la baisse) sur les recettes est compensé partiellement par :

- L'indexation des tarifs qui se fait annuellement ;
- Les nouvelles installations sur le territoire ;
- Etc.

IMPACTS DU RLP – COMPÉTENCES DE POLICE ET D'INSTRUCTION

Avant janvier 2021 :

- Un RLP en vigueur sur la commune ;
- Toutes les demandes d'installation d'enseignes, publicités et préenseignes devaient faire l'objet d'une demande en mairie et d'un accord du maire au regard du RLP et du Code de l'environnement.

Depuis janvier 2021 :

- Le RLP devient caduc ;
- Les compétences de police et d'instruction en matière de publicité extérieure sont exercées par le préfet ;
- Seules les demandes d'installation d'enseignes, publicités et préenseignes dans les secteurs patrimoniaux devaient faire l'objet d'une demande en préfecture et d'un accord. L'instruction se fait au regard du Code de l'environnement uniquement.

Depuis le 1^{er} janvier 2024 :

- Les compétences de police et d'instruction en matière de publicité extérieure sont exercées par le Maire ;
- Les demandes d'installation d'enseignes, publicités et préenseignes dans les secteurs patrimoniaux doivent faire l'objet d'une demande en mairie et d'un accord du maire. L'instruction se fait au regard du Code de l'environnement uniquement.

POURQUOI UN RLP ?

Un document unique qui régit les publicités, enseignes et préenseignes .

Il permet :

- D'éviter un phénomène de rupture avec les communes voisines qui disposent de règles plus strictes que la commune de Vaux-le-Pénil (du fait d'un RLP déjà en vigueur (Melun) ou de dispositions nationales plus strictes (Maincy et Sivry-Courtry)) ;
- De maîtriser l'installation de publicités, enseignes et préenseignes sur l'ensemble du territoire (y compris en dehors des espaces patrimoniaux) pour préserver ou renforcer la qualité du cadre de vie et des paysages ;
- De retrouver une réglementation locale sans perdre les bénéfices du précédent RLP ;
- De mettre en place une réglementation locale adaptée aux enjeux et aux besoins du territoire (cf. diagnostic).





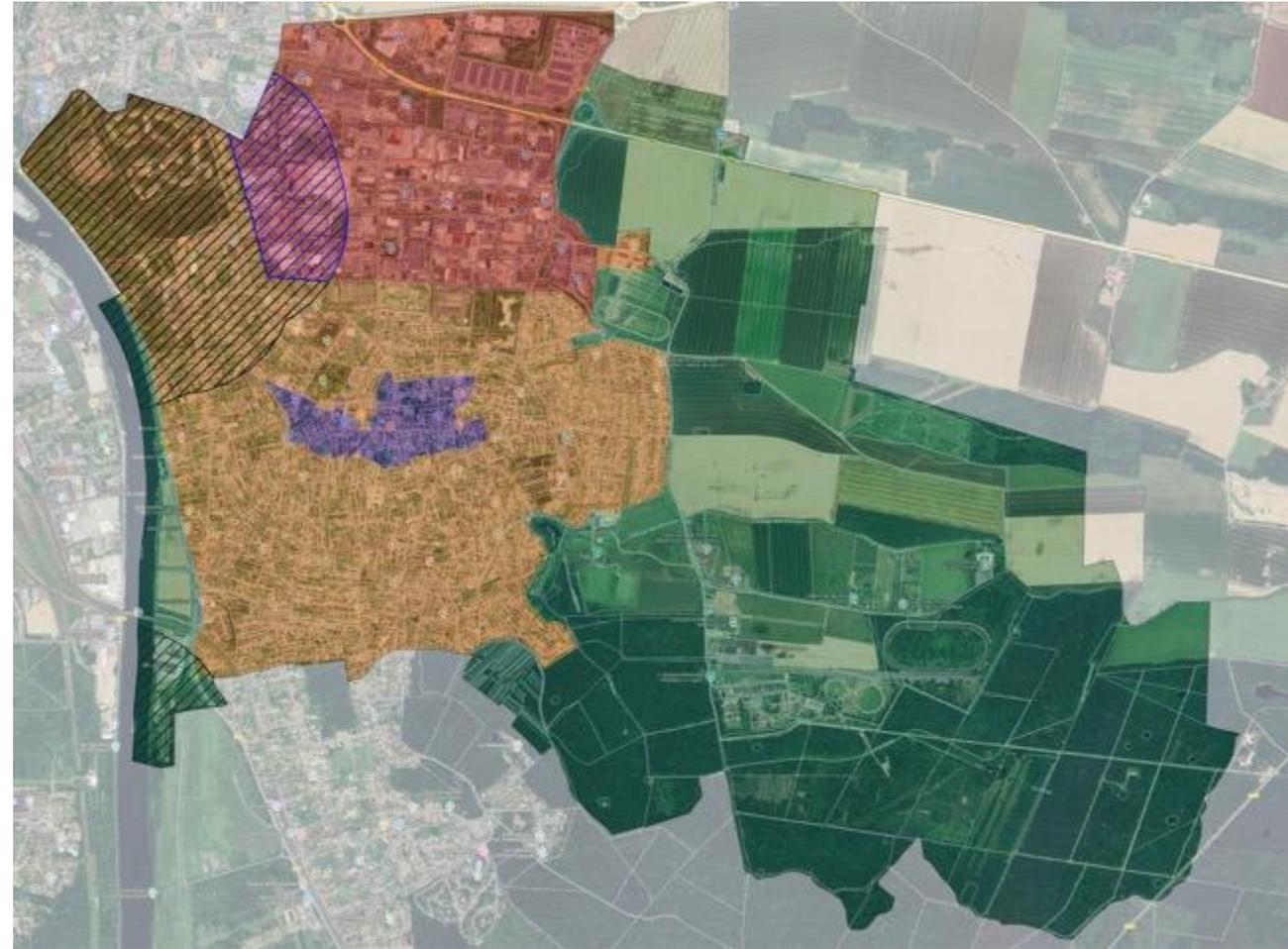
Synthèse du diagnostic

CONTEXTE DÉMOGRAPHIQUE

Vaux-Le-Pénil :

- ✓ 11 174 habitants*;
- ✓ Une agglomération de plus de 10 000 habitants ;
- ✓ Unité urbaine de Paris plus de 10 000 000 habitants*.

- **Agglomération** (définition du code de la route) :
Espace sur lequel sont groupés des 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.



NB : En dehors des espaces agglomérés (en vert) les publicités et les préenseignes sont interdites.

* Population totale insee 2021

FORMATS PUBLICITAIRES **AUTORISÉS**

	Agglomération de moins de 10 000 habitants hors d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Agglomération de moins de 10 000 habitants dans une unité urbaine de plus de 100 000 habitants	Agglomération de plus de 10 000 habitants
Publicité sur un mur ou une clôture	surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 7,5 \text{ m}$
Publicité scellée au sol ou installée directement sur le sol	INTERDIT	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$
Bâches publicitaires et dispositifs de dimensions exceptionnelles	INTERDIT	INTERDIT	AUTORISÉES
Publicité lumineuse (hors numérique)	surface $\leq 4,7 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	Règles de la publicité non lumineuse	Règles de la publicité non lumineuse
Publicité numérique	INTERDIT	surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$	surface $\leq 8 \text{ m}^2$ hauteur $\leq 6 \text{ m}$
Enseigne scellée au sol ou installée directement sur le sol	surface $\leq 6 \text{ m}^2$	surface $\leq 6 \text{ m}^2$	surface $\leq 10,5 \text{ m}^2$

Maincy
Sivry-Courtry

Livry-sur-Seine
La Rochette

Vaux-Le-Pénil
Melun

INTERDICTIONS ABSOLUES DE PUBLICITÉ

Publicités et préenseignes interdites hors agglomération

Exceptions : les préenseignes dérogatoires (art. L.581-19 C. env.), à savoir :

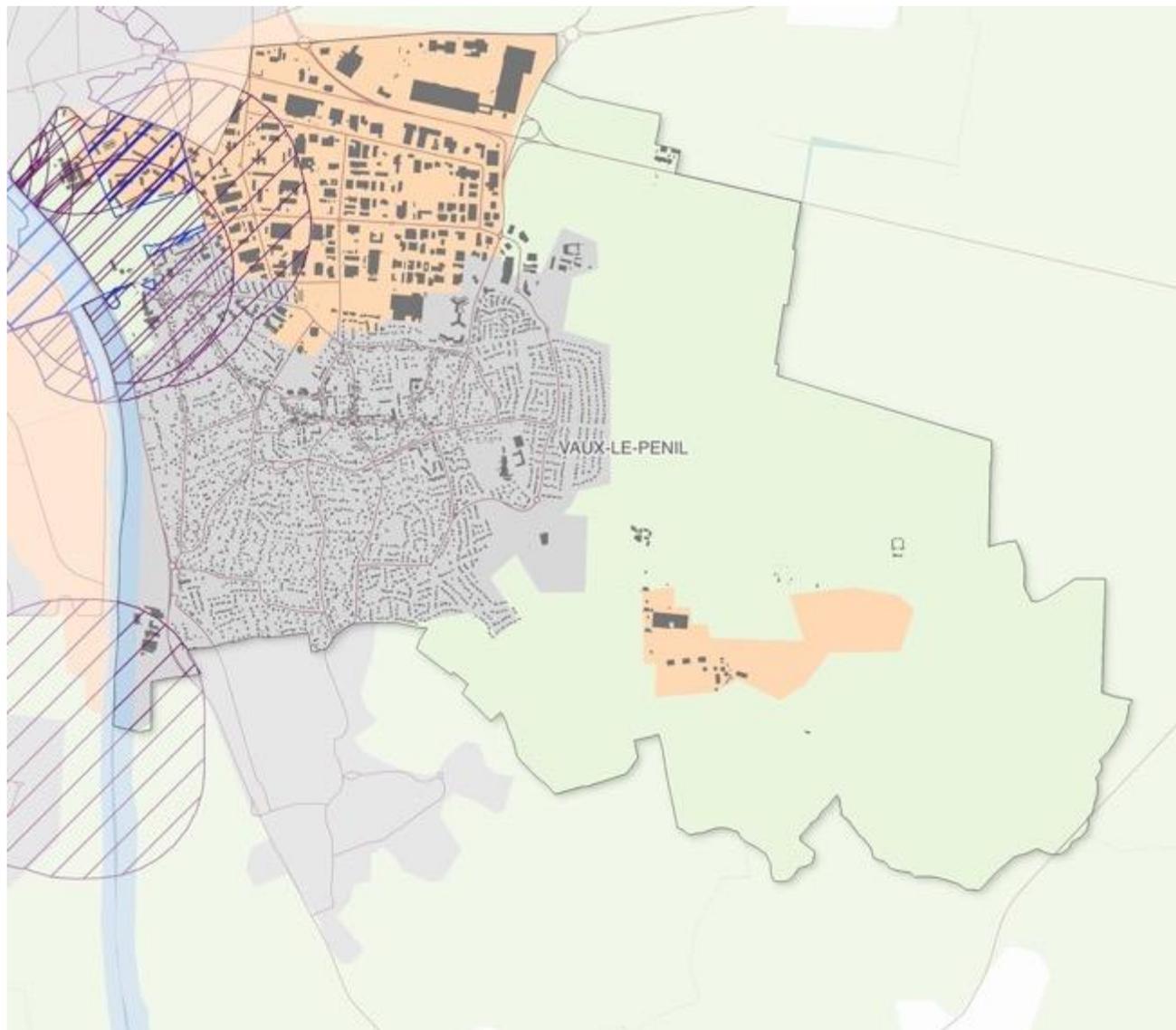
- Les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales ;
- Les activités culturelles ;
- Les monuments historiques, classés ou inscrits, ouverts à la visite ;
- A titre temporaire, des opérations exceptionnelles et manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique.

Produits du terroir : Expression désignant les produits traditionnels liés à un savoir-faire et à une identité culturelle locaux, fabriqués dans un secteur géographique délimité et identifié ayant un rapport avec l'origine du produit. *



Préenseignes dérogatoires d'activité de vente de produit du terroir et de monument historique ouvert à la visite

INTERDICTIONS RELATIVES DE PUBLICITÉS SUR LE TERRITOIRE



Interdictions absolues sur :

- les arbres et plantations ;
- les murs et clôtures non-aveugles ;
- les poteaux de transport et de distribution d'électricité et d'éclairage public ;
- les murs de cimetière ou de jardin public ;
- Les équipements publics relatifs à la circulation routière, etc. ;
- L'église Saint-Pierre et Saint-Paul ;
- Le Château de Vaux-le-Pénil.

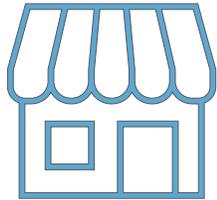
Interdictions relatives :

- Dans les périmètres de protection (500m ou périmètre délimité des abords (PDA) des monuments historiques (y compris ceux situés sur la commune de Melun).



Contrairement aux interdictions absolues de publicités, les interdictions relatives peuvent être levées via l'élaboration ou la révision d'un RLP(I).

LES INFORMATIONS CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES



170
activités



334
supports

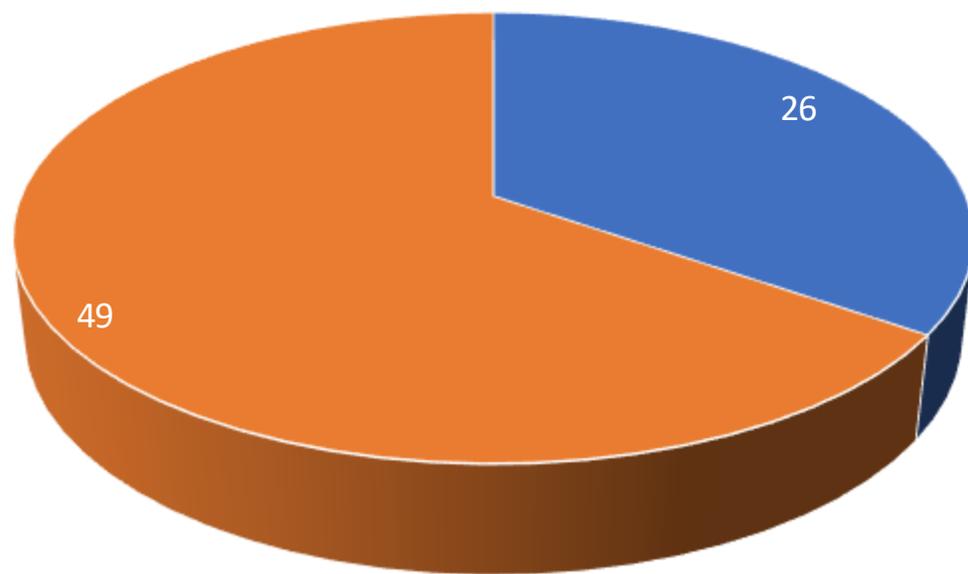
Répartis de la manière suivante :

- ✓ 78% d'enseignes (259) ;
- ✓ 22% de publicités / préenseignes (75) ;
 - 70 de ces publicités sont exploitées par des professionnels de l'affichage dont 58 sont apposées sur mobilier urbain et 45 infractions (soit 65% de non-conformité) sur ces publicités.

LES INFORMATIONS CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

Environ 73% des supports publicitaires sont en infractions à la réglementation nationale.

Conformité des publicités et préenseignes au Code de l'environnement



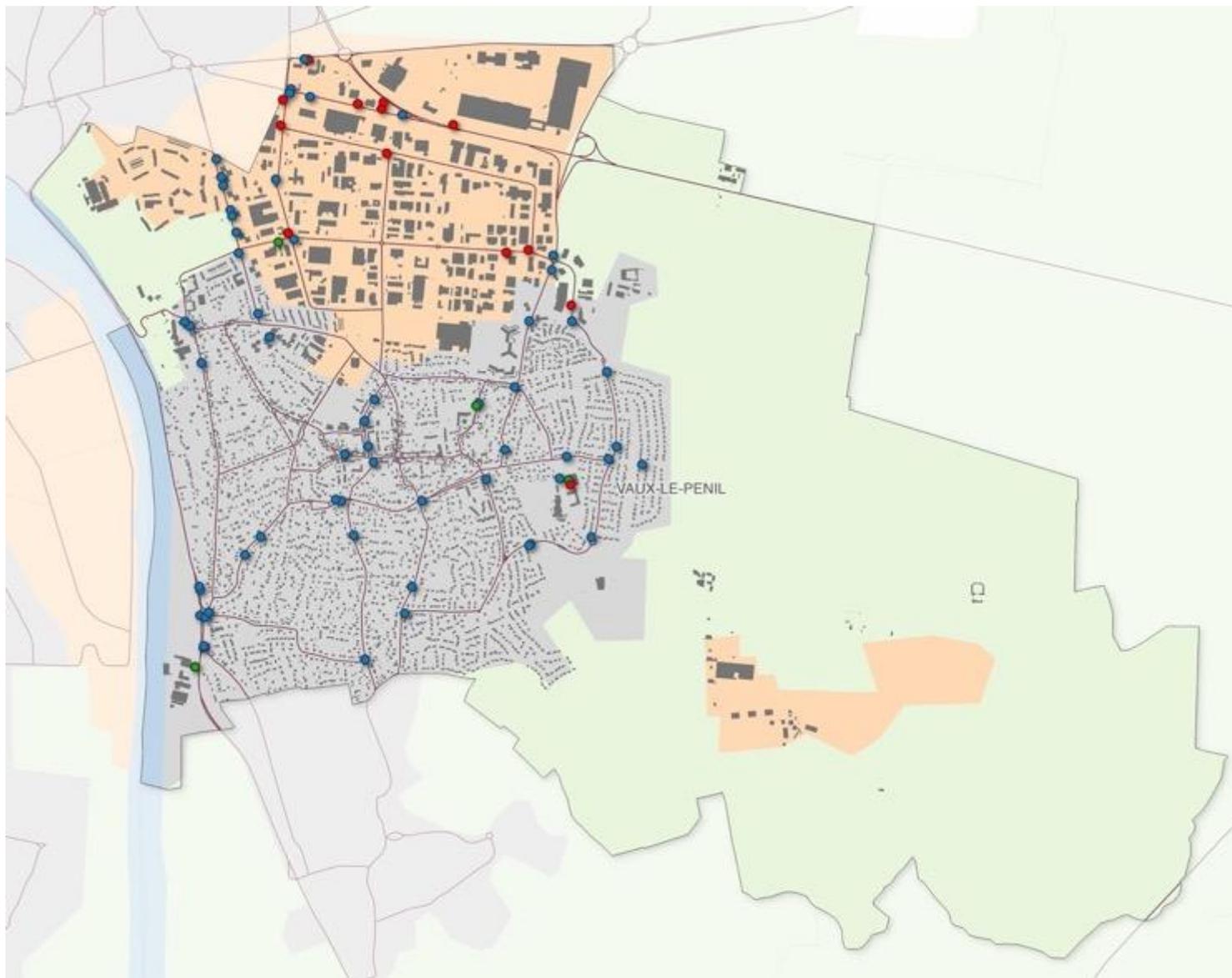
■ Conformes ■ Non-conformes

Les principales infractions relevées :

- La présence de publicités / préenseignes sur des éléments visés à l'article R.581-22 du C. env. : env. **35 supports**
- La présence de publicités / préenseignes au sein d'espaces patrimoniaux ou hors agglomération : env. **20 supports**

Certains supports font l'objet de plusieurs infractions. Il y a donc plus d'infractions que de supports en infraction.

LES INFORMATIONS CLÉS – PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES



A l'exception de celles apposées sur mobilier urbain, les publicités et préenseignes sur concentrées sur le nord de la commune au sein des zones d'activités.

LES INFORMATIONS CLÉS – PUBLICITÉS SCELLÉES AU SOL ET MURALES



Publicités en secteur patrimonial, de plus de 10,5 m² et en mauvais état d'entretien



Publicités hors agglomération et sur clôture en pierre apparente.

Remarques :

- Une majorité de supports de 10,5 m² ou plus (+ de 60%) ;
- Concentration des supports au nord de la commune sur la zone d'activités et l'entrée de ville principale du territoire. Cette accumulation peut dégrader les paysages, la lisibilité des messages et l'image de la commune ;
- Problématiques liées au mauvais état d'entretien, du format et de leur implantation en secteur patrimonial.

Enjeux :

- Faire appliquer la réglementation nationale ;
- Proposer une réglementation locale pour entériner la situation actuelle : localisation / nombre de supports etc. en préservant les espaces de vie quotidienne des habitants.

LES INFORMATIONS CLÉS – PUBLICITÉS SUR MOBILIER URBAIN



Remarques :

- Format unique de 2 m² maximum ;
- Impact paysager limité car implantation faite au regard des besoins des administrés malgré les supports de grands formats ;
- De nombreux supports installés dans les espaces patrimoniaux de la commune ou sur candélabre.

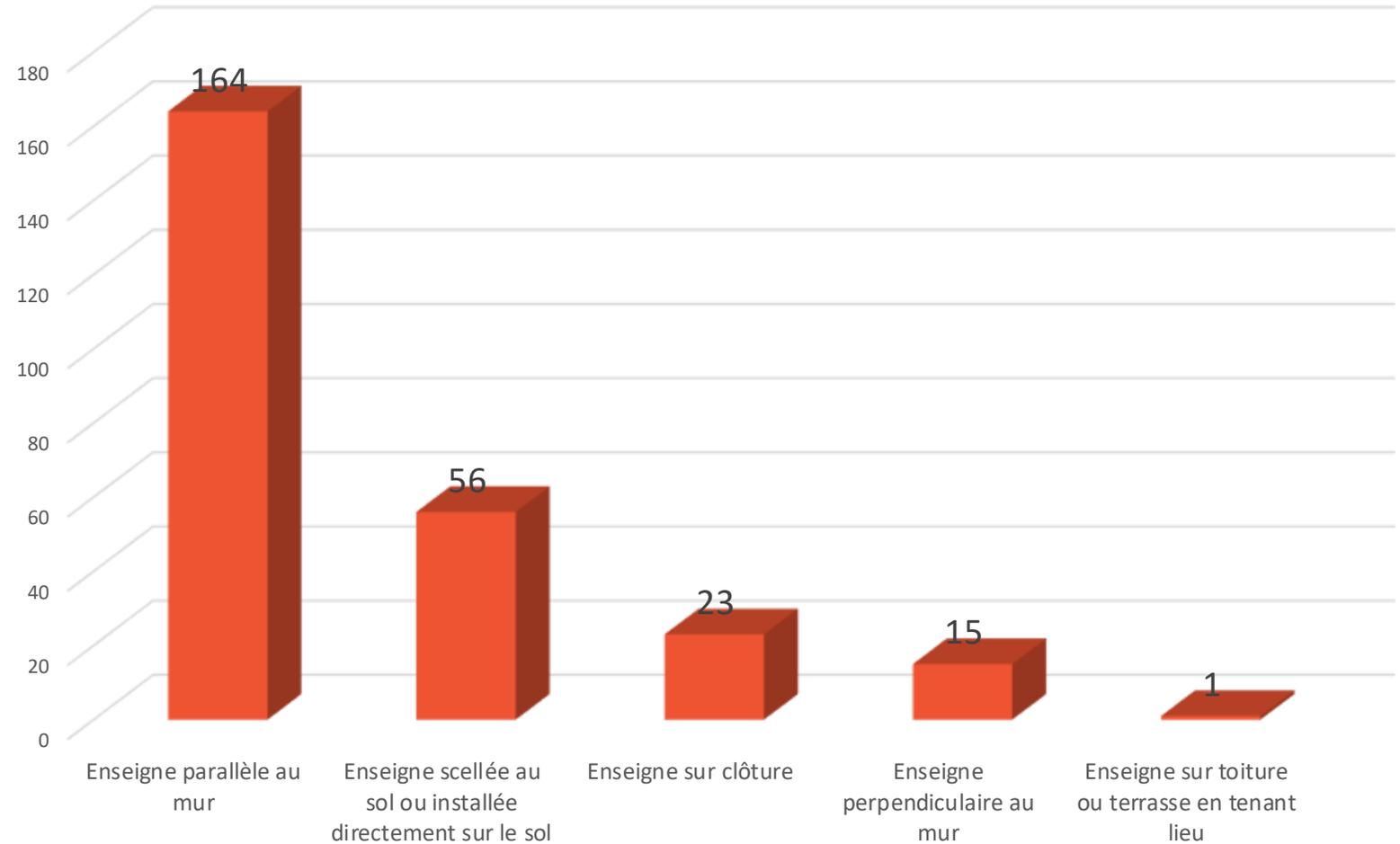
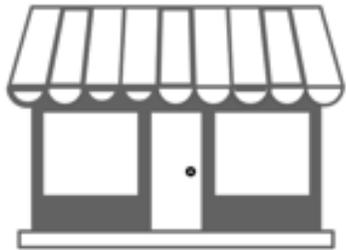
Enjeux :

- Faire appliquer la réglementation nationale ;
- Déroger de manière limitative à l'interdiction de publicité dans les secteurs patrimoniaux de Vaux-le-Pénil pour permettre le maintien des supports existants => Mission de service public rendue par ces supports.

LES INFORMATIONS CLÉS – ENSEIGNES

Répartition des enseignes par typologie

259
enseignes relevées



LES INFORMATIONS CLÉS – ENSEIGNES EN FAÇADE



Enseignes non-conformes.

Absence de mise en valeur du bâti ancien.

Enseignes bien intégrées aux devantures commerciales.

Remarques / Enjeux :

- Conforter la qualité des enseignes en façade en cœur de ville et améliorer l'intégration des enseignes sur le reste du territoire.

LES INFORMATIONS CLÉS – ENSEIGNES SCELLÉES AU SOL, SUR CLÔTURE ET TEMPORAIRES



Enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol de grand format



Enseigne sur clôture et enseigne installée au sol de petit format



Enseigne temporaire

Remarques / Enjeux :

- Pas de prise en compte de certaines formes d'enseignes (scellées au sol de petit format et sur clôture) par le Code de l'environnement ;
- Renforcer les règles applicables aux enseignes scellées de grand format et aux enseignes temporaires.



Objectifs & Orientations

DÉLIBÉRATION DE PRESCRIPTION DU RLP DU 24 MAI 2024

► Objectifs poursuivis

- Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur les paysages et les éléments patrimoniaux de la ville en réglementant leur quantité et leur modalité d'implantation pour préserver le cadre de vie des pénivauxois ;
- Concilier la possibilité de se signaler pour les activités économiques, la liberté d'expression et la liberté du commerce et de l'industrie avec un développement urbain favorable à une qualité de vie dans un environnement bâti, naturel et patrimonial préservé ;
- Assurer la qualité visuelle et paysagère des entrées de ville notamment sur la partie Nord du territoire correspondant au parc d'activités ;
- Harmoniser la réglementation locale sur l'ensemble du territoire pour renforcer son identité ;
- Valoriser le centre-ville en réglementant les enseignes et conforter son caractère de village ;
- Valoriser le parc d'activité en réglementant les enseignes pour conforter une identité affirmée ;
- Réguler la pollution nocturne pour préserver la biodiversité et participer localement à la réduction de de consommation de l'énergie.



ORIENTATIONS À DÉBATTRE

PUBLICITÉS ET PRÉENSEIGNES

1. Déroger à l'interdiction de publicité au sein des espaces patrimoniaux (visés à l'article L.581-8 du code de l'environnement) afin de préserver ces espaces paysagers sensibles tout en maintenant une offre d'expression citoyenne et d'information locale suffisante ;
2. Adapter la règle de densité tout en maintenant des formats d'expression suffisants en zones d'activités pour maintenir la situation actuelle où les supports publicitaires sont peu présents ;
3. Préserver les espaces de vie quotidienne des habitants via une réglementation stricte des publicités et préenseignes tant du point de vue du format que de la densité.



Faire respecter la réglementation et limiter l'impact des supports publicitaires.



Tenir compte du caractère spécial du mobilier urbain supportant de la publicité comme réponse à un besoin des administrés en l'autorisant sur l'ensemble du territoire.

ORIENTATIONS À DÉBATTRE

MIXTES (PUBLICITÉS, ENSEIGNES, PREENSEIGNES)

1. Par des mesures simples et efficaces, limiter l'impact visuel des supports lumineux (publicités, pré-enseignes, enseignes) y compris ceux installés à l'intérieur des vitrines en tenant compte de leur conséquence énergivore sur le cadre de vie.



Supports lumineux en vitrines.



Enseignes éclairées par projection ou transparence.

ORIENTATIONS À DÉBATTRE

ENSEIGNES

1. Limiter voire interdire l'utilisation de certaines enseignes (sur auvents, sur toiture, etc.) pour privilégier des installations en façade moins impactantes en termes d'intégration paysagère ;
2. Maintenir la qualité des enseignes en façade (enseignes parallèles et perpendiculaires) principalement sur le cœur de ville afin d'asseoir son identité à l'échelle de la commune ;



Enseignes bien intégrées au bâti.



Enseigne sur toiture ou terrasse en tenant lieu.

ORIENTATIONS À DÉBATTRE

ENSEIGNES

1. Réduire l'impact des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ayant un impact conséquent sur le paysage et notamment dans les espaces d'activités ou sur les entrées de ville ;
2. Encadrer les enseignes inférieures ou égales à 1 m² scellées au sol ou installées directement sur le sol et les enseignes sur clôture ne bénéficiant pas de dispositions nationales spécifiques afin d'en maîtriser l'implantation ;
3. Renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires pour éviter les installations anarchiques.



Enseigne scellée au sol de + d'1 m²



Enseigne installée sur le sol inf. ou égale à d'1 m²



Enseigne sur clôture



Enseigne temporaire scellée au sol



Planning prévisionnel

PLANNING PRÉVISIONNEL

- 12 décembre 2024 : débat sur les orientations du RLP en CM.
- Janvier 2025 : Réunion d'ajustements avant arrêt ;
- février 2025 : Arrêt du RLP en CM ;
- Mars – Mai 2025 : Avis des PPA et de la CDNP ;
- Juin 2025 : Enquête publique ;
- Juillet 2025 : Rapport et conclusions du commissaire-enquêteur ;
- Septembre 2025 : Réunion d'ajustements avant approbation ;
- Octobre 2025 : Approbation du RLP en CM.

Merci

