

Qu'est-ce que le RLP ?

Le Règlement Local de Publicité permet d'adapter la réglementation nationale aux caractéristiques de la commune. Il instaure des règles locales (dont le but est d'harmoniser le traitement des publicités et des enseignes dans des secteurs uniformes).

La commune de Torcy a prescrit la révision de son RLP existant afin d'adapter la réglementation à l'évolution de la ville et d'anticiper la caducité à venir du document. Le RLP régit les dispositifs publicitaires (publicités et pré-enseignes) ainsi que les enseignes de la commune.

LE MOT DU MAIRE



Dans la continuité de l'adoption du Plan Local d'Urbanisme (PLU) en 2017, la municipalité engage la révision de son " Règlement Local de Publicité (RLP), enseignes et pré-enseignes". Ce nouveau règlement, construit avec les acteurs locaux concernés et dont les grandes orientations ont été présentées en juin 2019 au Conseil Municipal, vise à définir les règles en matière de publicité afin de limiter l'impact visuel des dispositifs publicitaires tout en soutenant la dynamique économique et commerciale des entreprises et commerces torcéens. A Torcy, nous mettons tout en œuvre pour préserver et améliorer notre cadre de vie. Imaginer et construire une réglementation adaptée de l'affichage publicitaire est un maillon essentiel de cette action. La préservation et la valorisation du patrimoine local, architectural et environnemental, constitue une priorité affirmée de l'action municipale.

CADRE RÉGLEMENTAIRE ET DÉFINITIONS

3 typologies de dispositifs publicitaires réglementés

PUBLICITE



Dispositif destiné à informer le public ou à attirer son attention.

PRE-ENSEIGNE



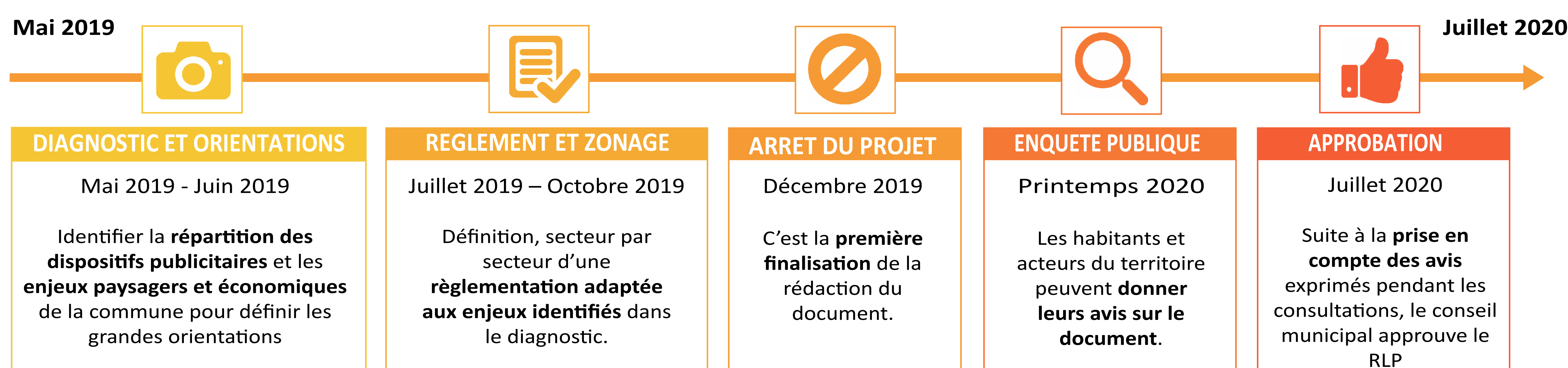
Dispositif indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce l'activité déterminée.

ENSEIGNE

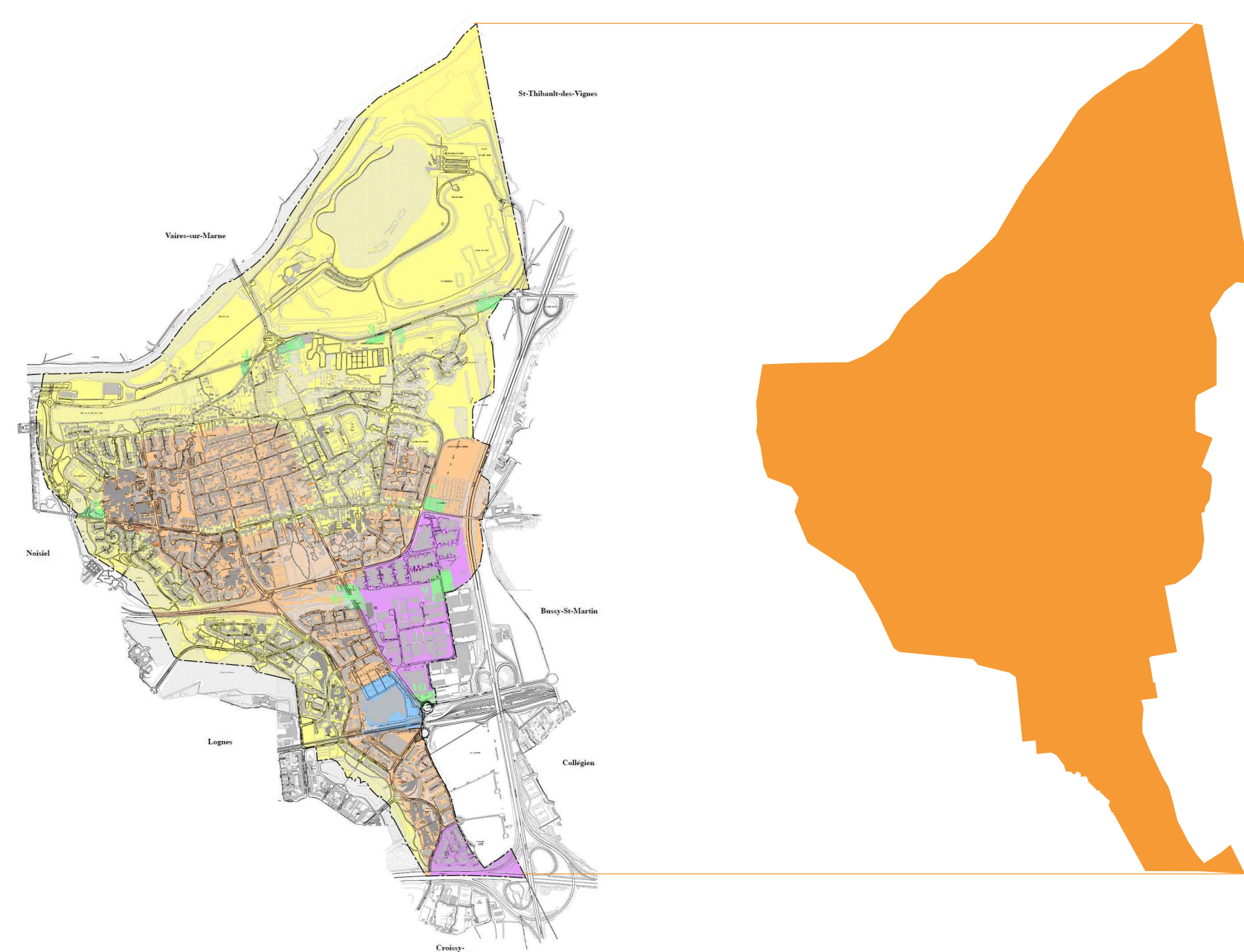


Dispositif apposé sur un immeuble ou une unité foncière et relatif à une activité qui s'y exerce.

CALENDRIER D'ELABORATION



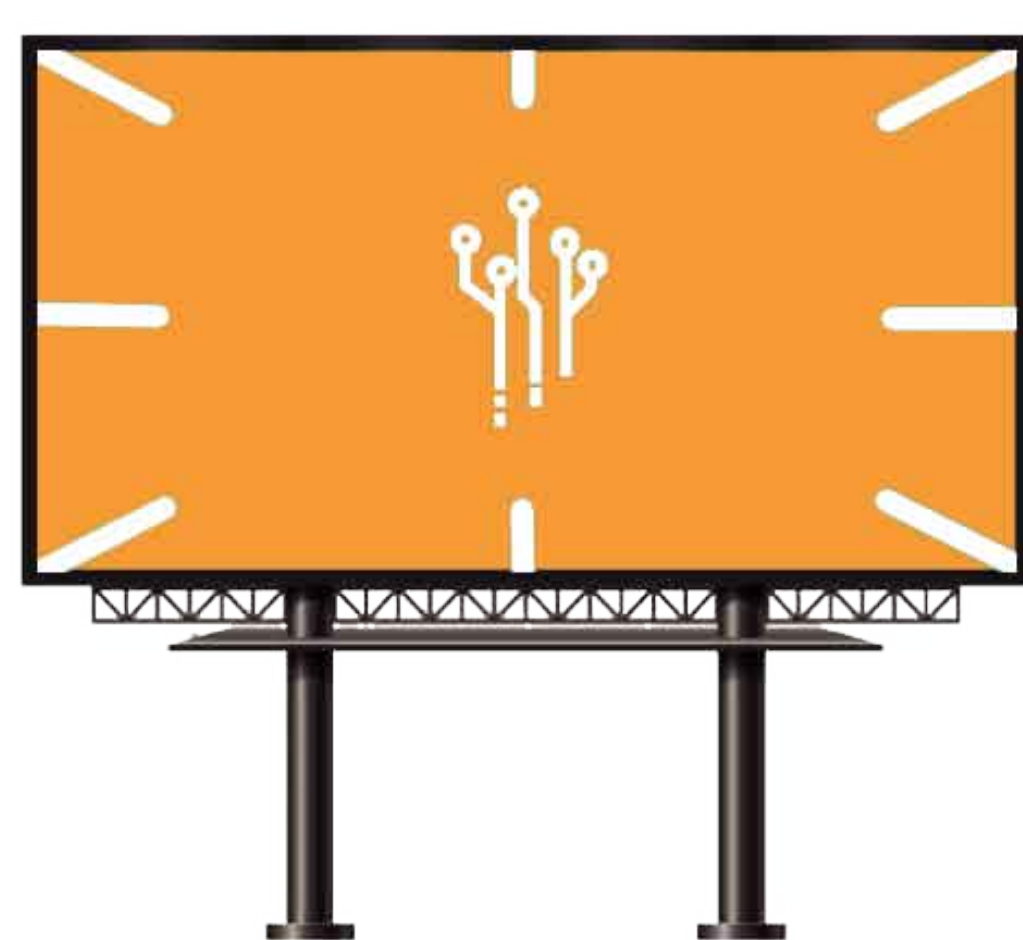
POURQUOI REVISER LE RLP DE LA COMMUNE ?



Conserver un cadre réglementaire

Du fait de la loi Grenelle de juillet 2010 et des modifications réglementaires liées à cette loi, le RLP actuel sera caduc en juillet 2020.

Le réviser permettra donc de conserver un règlement valable sur la commune et de maintenir un contrôle des publicités, ainsi qu'une bonne qualité des enseignes.



Anticiper le développement du numérique

Les écrans constituent aujourd'hui des outils innovants, renouvelant les modes de communication. Induisant toutefois une consommation énergétique et des problématiques de luminosité, le RLP a la possibilité de les réglementer afin d'en contrôler le développement.



Préserver le cadre de vie

Le RLP permet de définir les secteurs où il est possible ou non d'implanter des publicités et sous quel format. Le précédent RLP a permis de diminuer le nombre de publicités sur la commune. Le nouveau règlement doit poursuivre l'objectif de réduction des publicités pour préserver le cadre de vie et l'environnement des torcéens.



Harmoniser les enseignes

Le précédent RLP réglementait les enseignes de façon complexe, ce qui rendait difficile son application. Le but du nouveau règlement est donc de fixer des règles adaptées et simples d'application afin d'harmoniser les enseignes sur la commune.

Les publicités et les enseignes L'état des lieux

Un parc publicitaire maîtrisé

122 dispositifs publicitaires dont 8 pré-enseignes

Scellé au sol sur parcelle
8%

Mural
1%

Sur mobilier urbain
91%

91% des publicités sont situées
SUR MOBILIER URBAIN
synonyme d'une maîtrise de la
publicité par la commune



Plus de 12m²
3%

De 8 à 12m²
18%

De 4 à 8m²
0%

Moins de 2m²
2%

De 2 à 4m²
77%

79% des publicités sont de
TAILLE INFÉRIEURE À 4m²
ce qui limite l'impact de la publicité
sur le paysage urbain

Des enseignes à harmoniser

823 dispositifs d'enseignes



Des polarités commerciales aux
ENSEIGNES QUALITATIVES

Des **polarités commerciales** dont certaines
ENSEIGNES SONT VIEILLISSANTES

Suite à l'approbation du RLP, un délai de six ans
sera laissé aux commerçants pour mettre en
conformité leur enseigne avec les nouvelles règles.



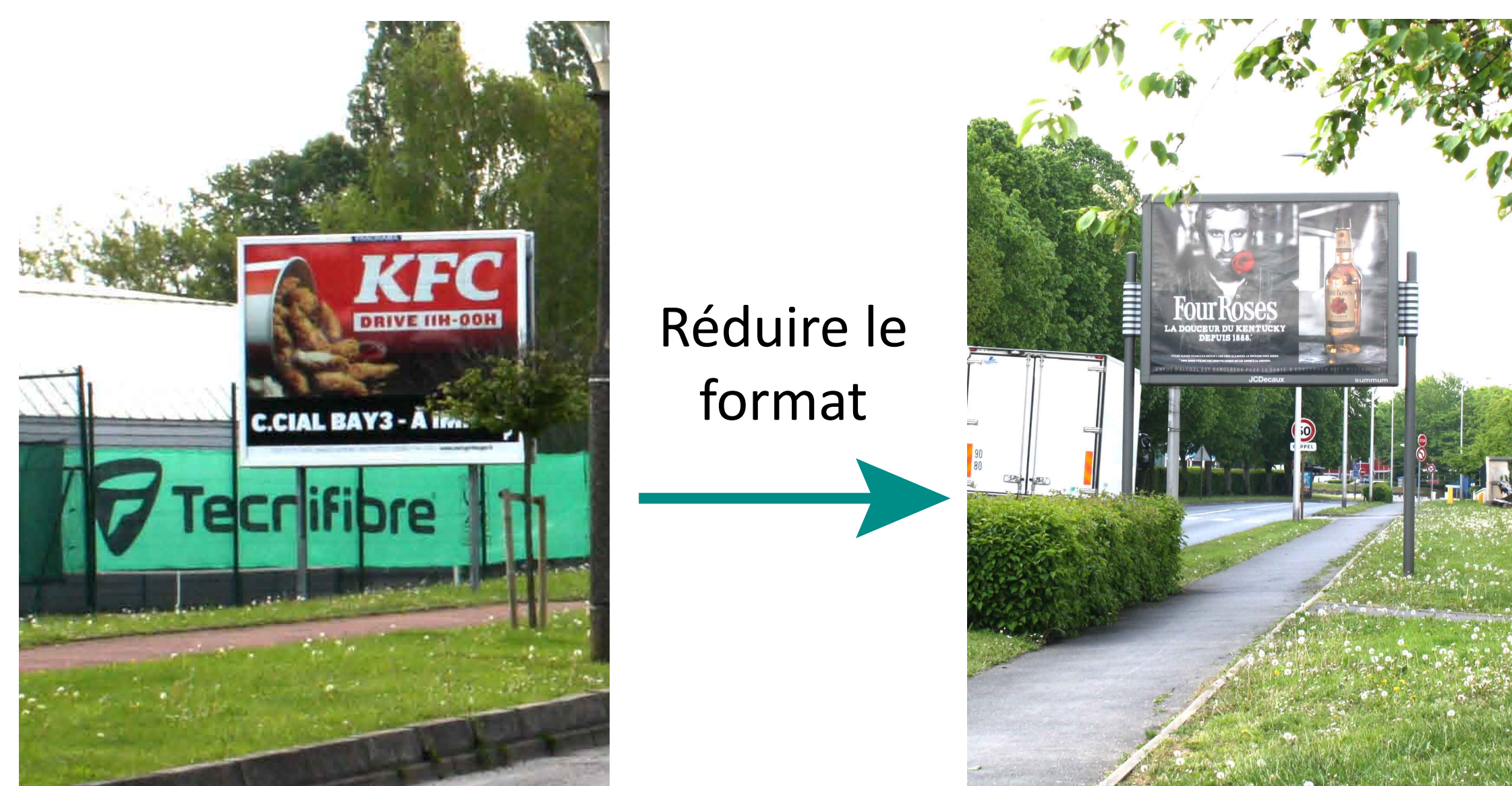
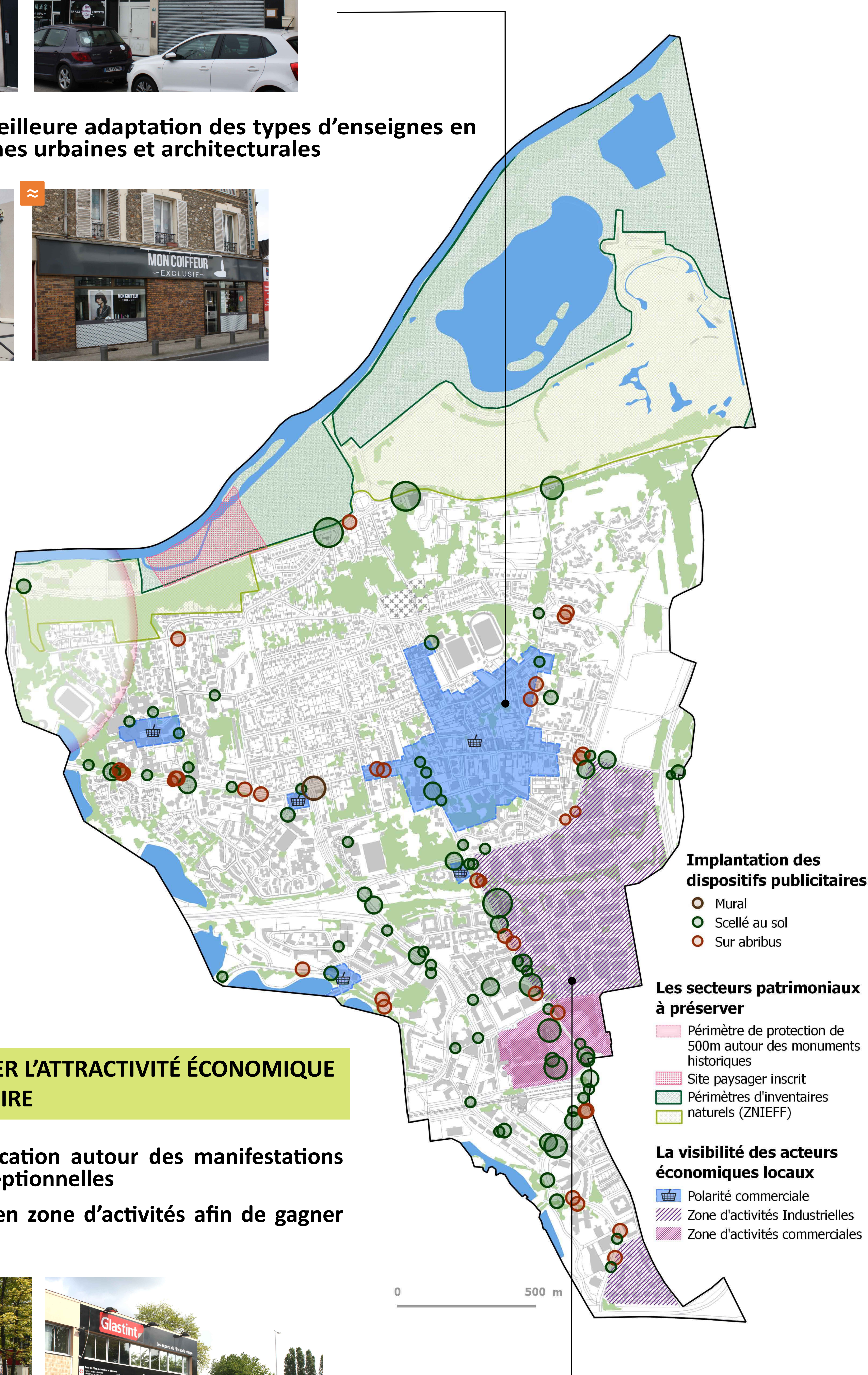
Des **ensembles commerciaux** aux
ENSEIGNES HETEROGENES

Des règles de formats et d'implantation
pourront améliorer la qualité générale de
ces enseignes

Des **zones d'activités** aux
**ENSEIGNES TROP NOMBREUSES
ET DISPARATES**
qui rendent difficile la lecture globale de la zone



ORIENTATION 1 : METTRE EN VALEUR LES POLARITÉS COMMERCIALES PAR LA QUALITÉ DE LEURS ENSEIGNES



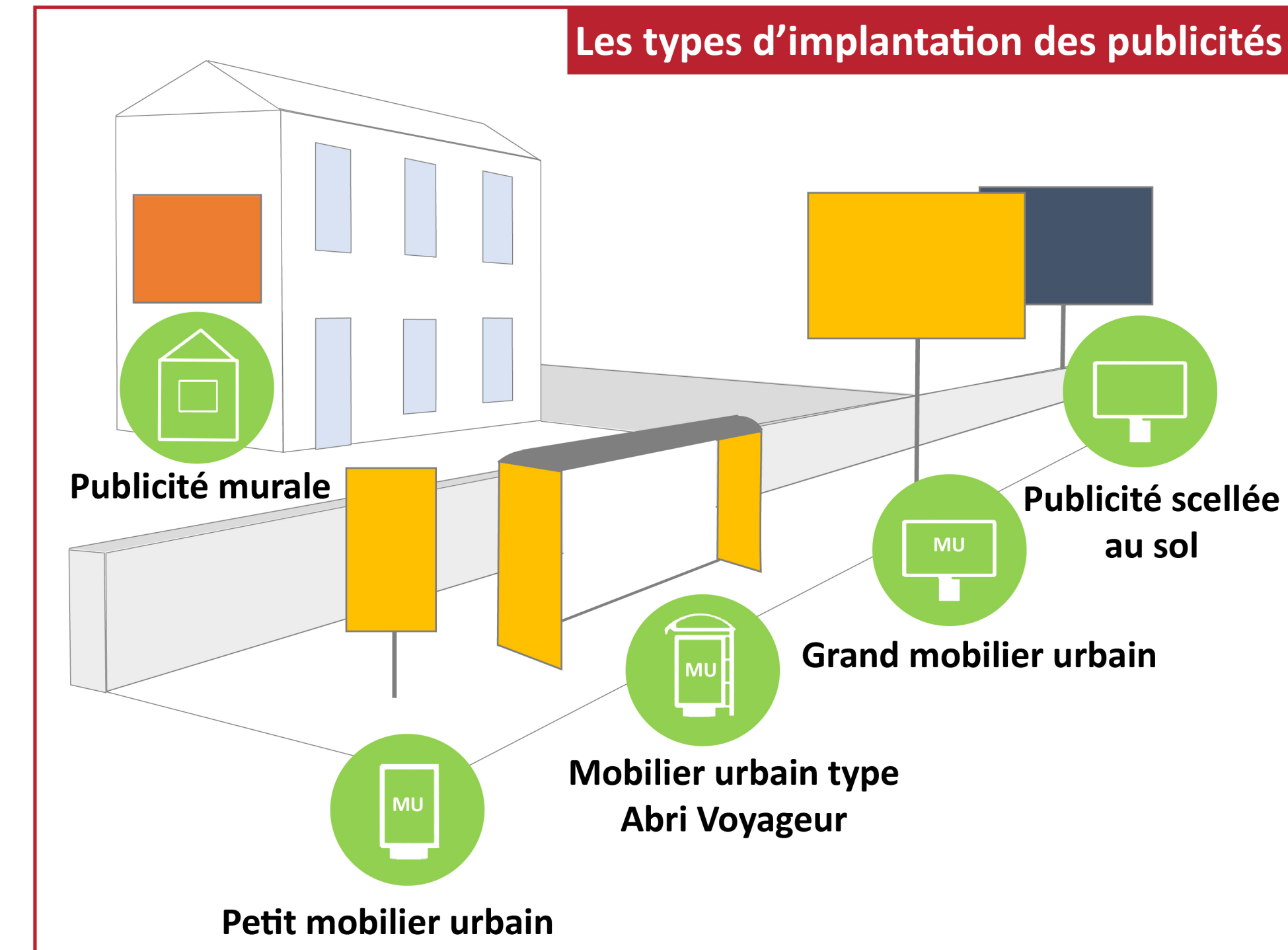
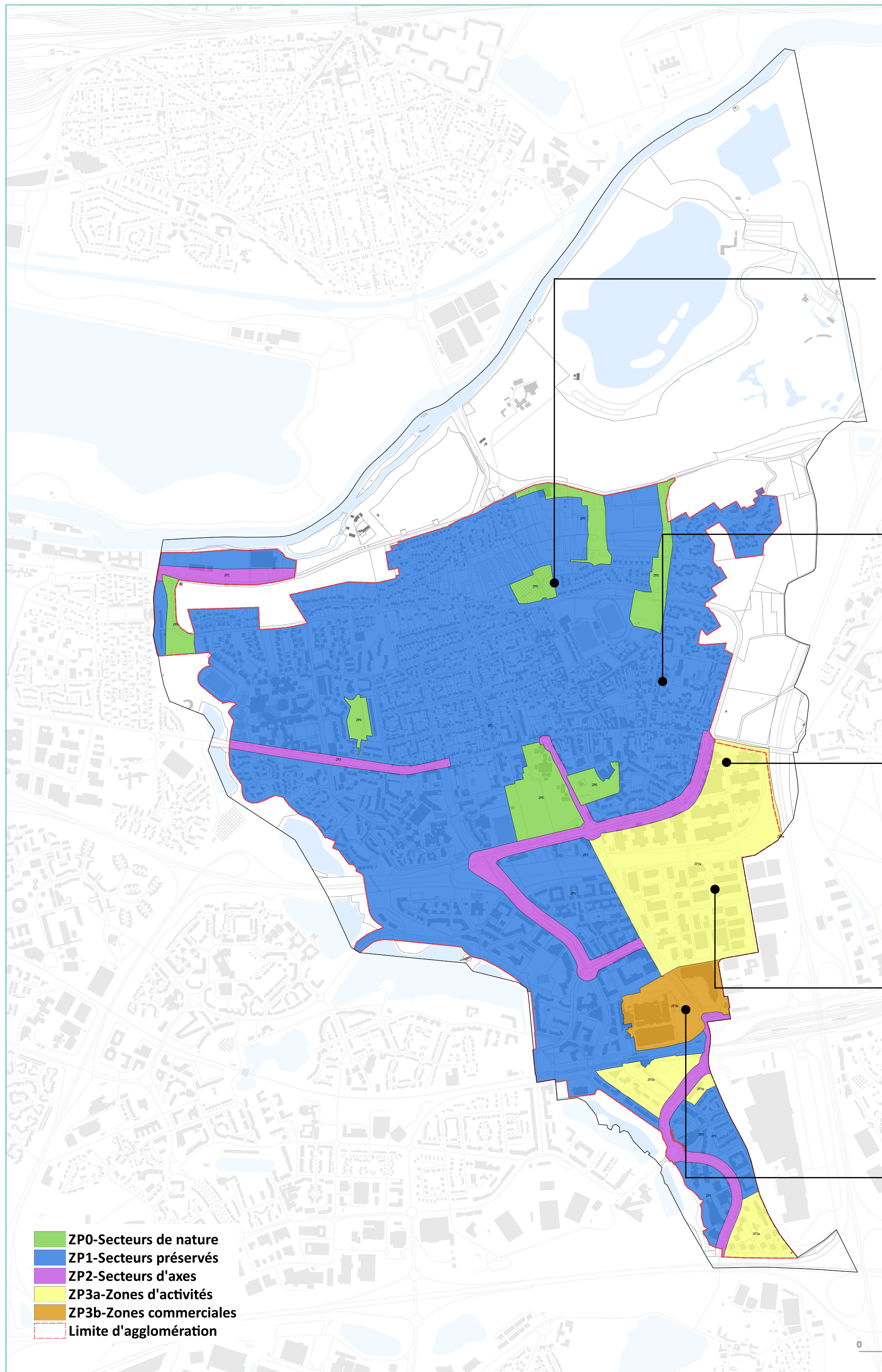
Les publicités et les enseignes Quelle réglementation?

Quelles sont les publicités autorisées sur la commune?

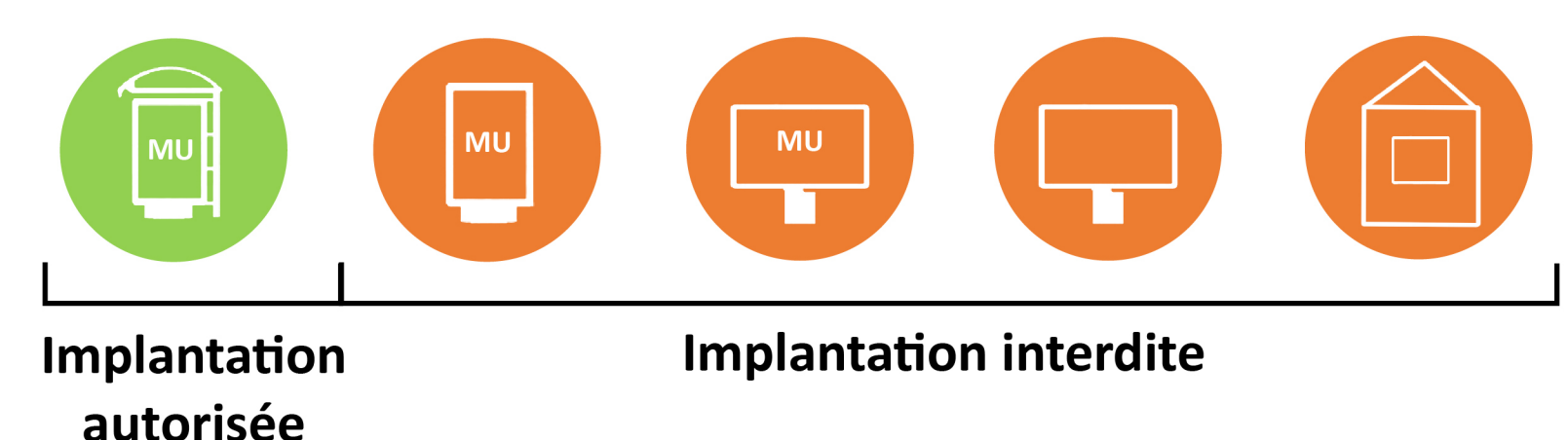
Sur la commune, les règles d'implantation des publicités sont différentes au sein de chaque Zone de Publicité (ZP).

PLAN DE ZONAGE

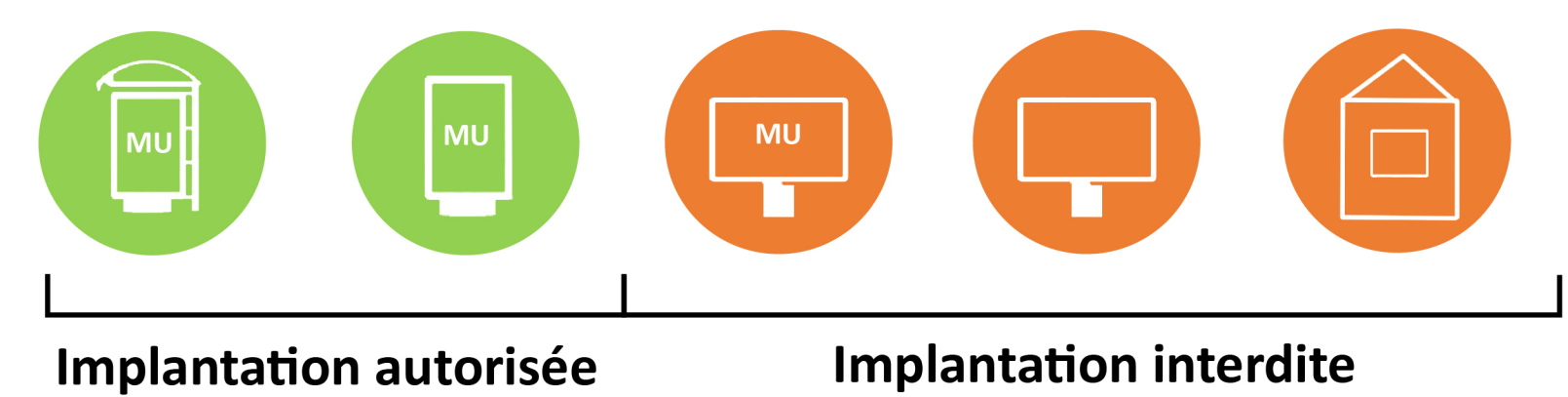
RLP Torcy - Décembre 2019



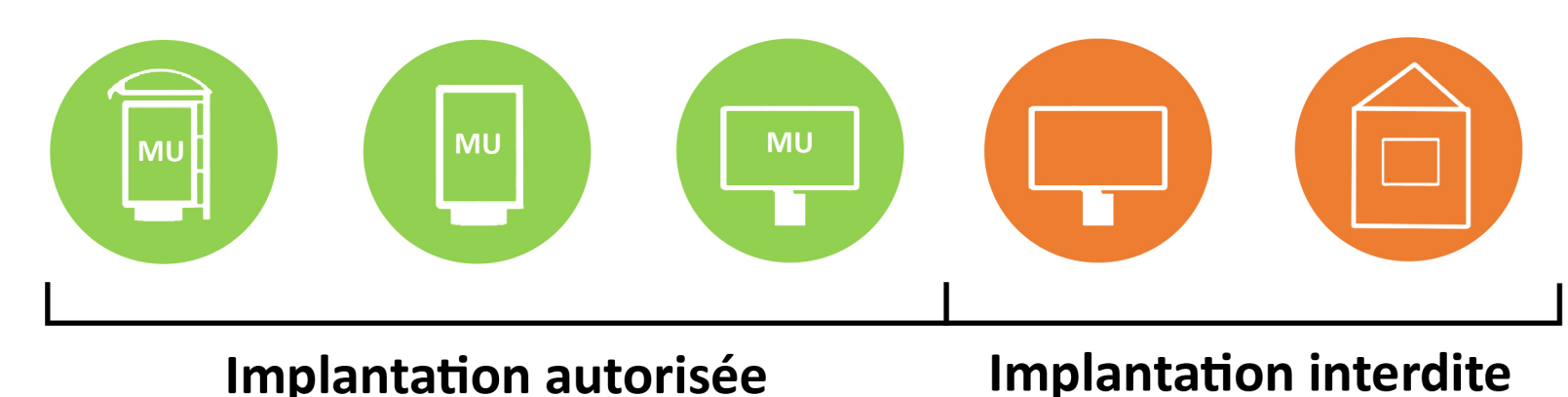
ZP0 - Secteurs de nature



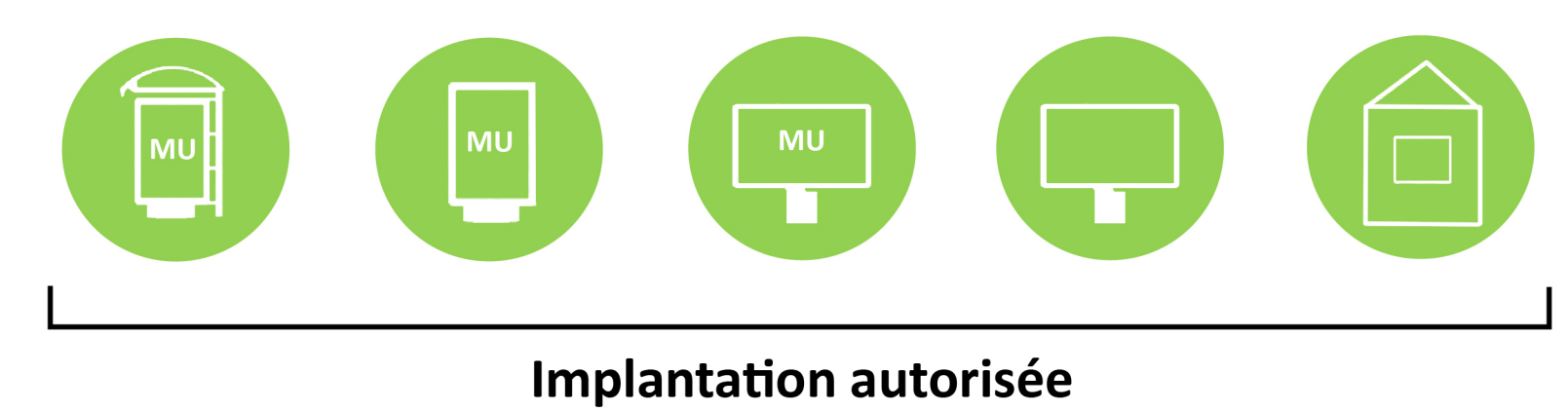
ZP1 - Secteurs résidentiels et de polarités commerciales



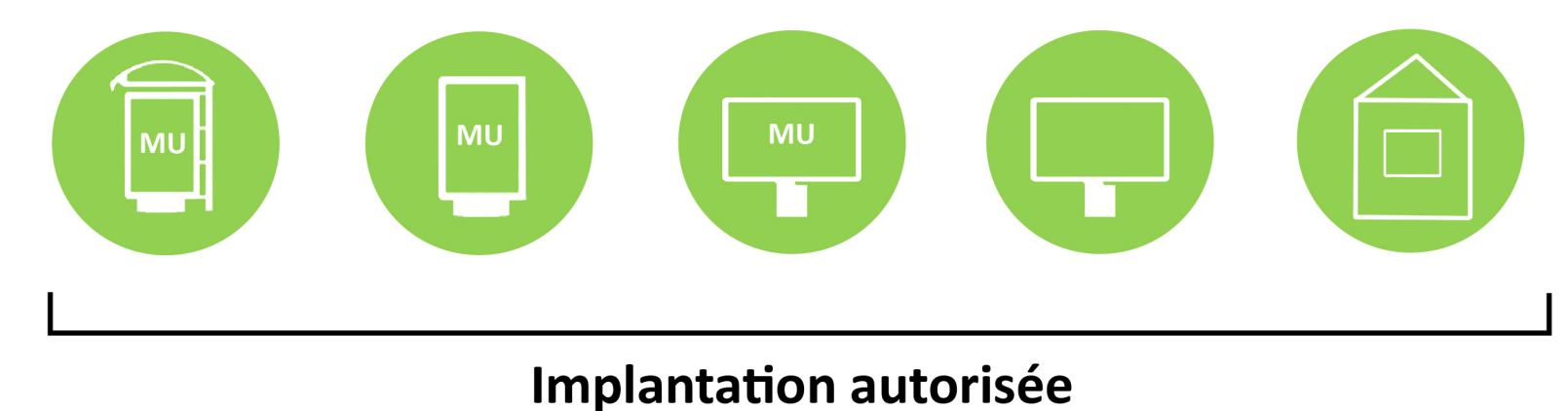
ZP2 - Secteurs d'axes



ZP3a - Zones d'activités



ZP3b - Zones commerciales

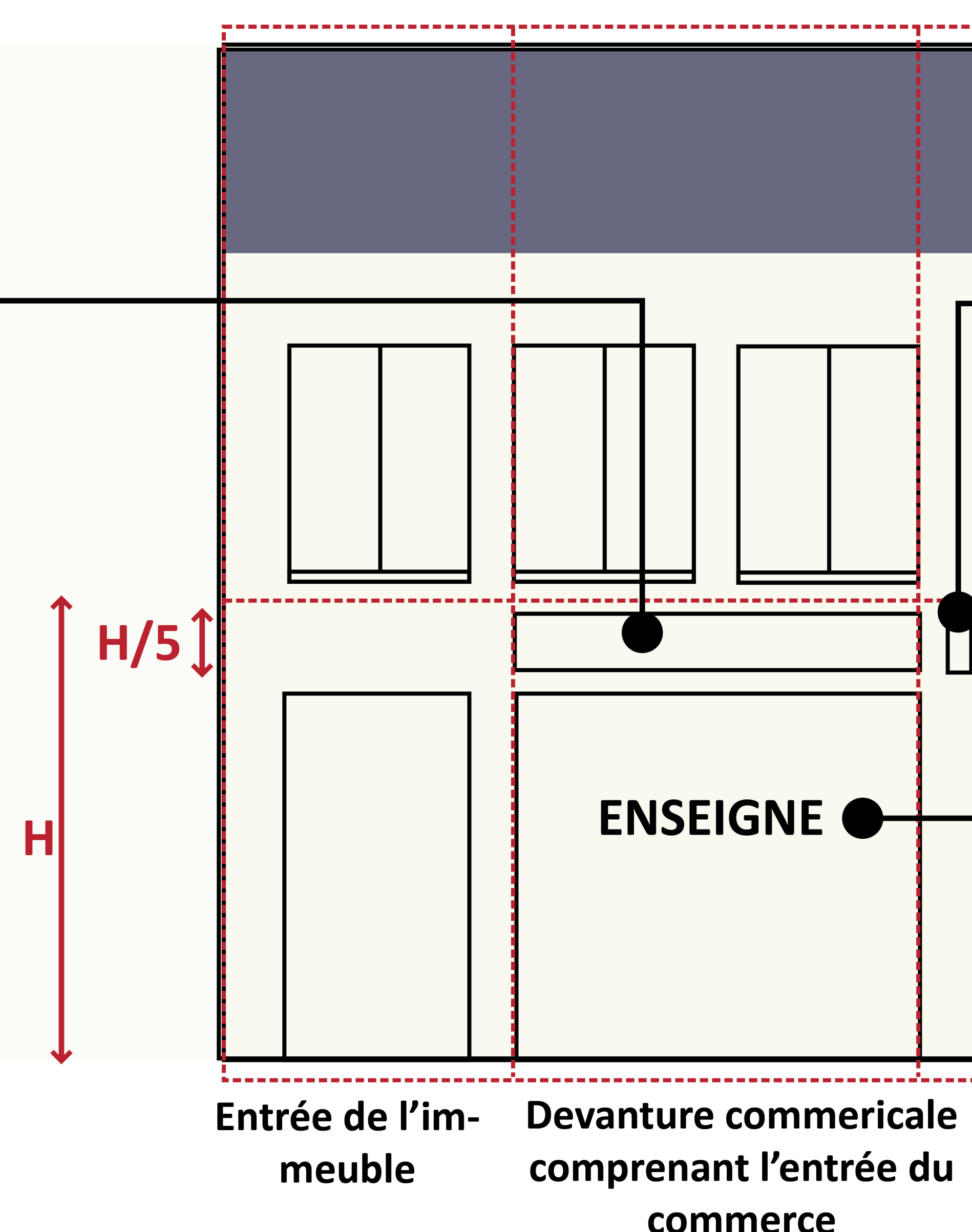


Quelles sont les règles pour installer une enseigne?

ENSEIGNES PARALLELES

Respect des rythmes architecturaux
Hauteur limitée à 1/5 de la hauteur de la devanture
Couleurs sobres
Matériaux et teintes mates

L'enseigne peut indiquer le nom du commerce ou son activité



ENSEIGNES PERPENDICULAIRES

- 1 Par voie
- Alignée à l'enseigne parallèle
- Positionnement en limite latérale de la façade

ENSEIGNES EN ADHESIF SUR VITRINE

- Autorisées en lettres ou signes découpés uniquement

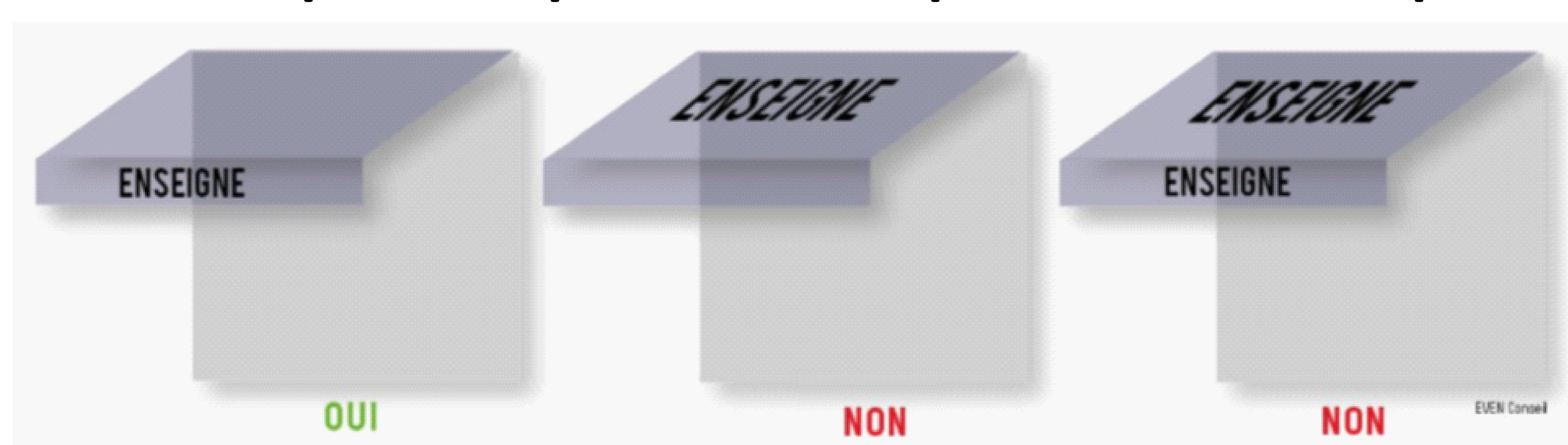
ENSEIGNE BANDEAU

La hauteur du lettrage de l'enseigne bandeau ne doit pas dépasser 2/3 de la hauteur du bandeau



ENSEIGNE SUR STORE

L'inscription ne peut se faire que sur le lambrequin



ECLAIRAGE DES ENSEIGNES



Révision du Règlement Local de Publicité

Réunion PPA n°1

11 septembre 2019

Lors cette réunion des Personnes Publiques Associées, une synthèse du diagnostic est présentée s'appuyant notamment sur le relevé des dispositifs opéré par Sogefi, géomètre et membre du groupement d'étude. Dans un second temps, des propositions d'orientations sont discutées.

Remarques des personnes publiques associées :

- La DDT conseille à la ville de faire appliquer son pouvoir de police dès maintenant pour faire démonter les publicités non conformes.
- Le département rappelle qu'il sera nécessaire que la commune prenne un arrêté permettant de fixer les limites d'agglomérations. Plusieurs notions d'agglomération sont évoquées : celle de l'agglomération définie par le positionnement des panneaux EB10 et EB20 et la notion d'agglomération réelle commençant à la première parcelle bâtie. Il est rappelé que le Code de l'environnement, qui régit les publicités, pré-enseignes et enseignes, prend en compte cette notion de limite bâtie plutôt que celle des panneaux de ville.

Cette limite d'agglomération doit notamment être précisée au niveau de la RD10P, au Nord de la commune, qui est en limite de zone agglomérée.

- Le département précise que la communication municipale ne doit pas être en couleur le long des axes routiers départementaux. Les panneaux d'informations numériques sont ainsi peu souhaités.
- La DDT rappelle qu'il est déconseillé d'interdire totalement un type de dispositif. Cela sera un point de fragilité du document.

Concernant le numérique, sujet de ce questionnaire, Even Conseil précise que la publicité numérique sera autorisée, mais limitée à certains types d'implantations et de formats. De même, pour les enseignes numériques, celles-ci seront contraintes à certains secteurs et limitées en formats.

- Concernant les enseignes vieillissantes, la DDT conseille d'inscrire dans le règlement que la ville peut se retourner vers le propriétaire pour faire démonter une enseigne ou publicité n'étant plus d'actualité.

Révision du Règlement Local de Publicité

Réunion acteurs n°1

4 Juillet 2019

Présents :

M le Maire Guillaume Le Lay-Felzine

Michel Vermot, Maire-adjoint à l'habitat et l'urbanisme

Valérie Roland, Directrice de l'urbanisme

Emilie Marais, chargée d'études principale, EVEN Conseil

Sophie Pellier, chargée d'études, EVEN Conseil

Le bureau d'études présente la Diagnostic et les Orientations envisagées

Remarque sur les enseignes en zones d'activités

En zone d'activités, les enseignes au sol, et notamment les oriflammes installés en journée et rentrés le soir, sont très difficiles à gérer. Malgré une bonne information et des demandes régulières réalisées par l'association regroupant les activités de la zone industrielle, les entreprises situées au croisement de l'Avenue de Lingenfeld et de la rue des Epinettes continuent de mettre en place des éléments d'affichage très démonstratifs, voire dangereux pour certains. Une réglementation limite les dispositifs au sol dans ce secteur est donc souhaitée.

Remarques sur les dispositifs numériques

Est-il envisagé de mettre en place des publicités numériques sur la ville ?

Oui l'installation de publicités numériques sur mobilier urbain est en cours de réflexion. En phase réglementaire, et afin de protéger les secteurs résidentiels notamment, le zonage permettra de définir les zones d'implantations possibles.

Quelle règle est envisagée pour les enseignes numériques ?

Les enseignes numériques sont des dispositifs souvent très invasifs. Ainsi leur développement n'est pas souhaité, notamment au sein des polarités commerciales. Cependant, des secteurs stratégiques

pourront souhaiter mettre en place ce type d'installations dans les années à venir. C'est notamment le cas des zones d'activités commerciales. Ainsi le règlement prévoira probablement des dispositions particulières pour mettre en place des enseignes numériques dans ces secteurs.

Révision du Règlement Local de Publicité

Réunion acteurs n°2

23 septembre 2019

Présents :

M le Maire Guillaume Le Lay-Felzine

Michel Vermot, Maire-adjoint à l'habitat et l'urbanisme

Valérie Roland, Directrice de l'urbanisme

Pierre Schlegel, chargé de mission foncier/droit des sols

Emilie Marais, chargée d'études principale, EVEN Conseil

Sophie Pellier, chargée d'études, EVEN Conseil

Le bureau d'études présente l'armature réglementaire du RLP.

>> Présentation des règles pour les publicités et les pré-enseignes :

Les surfaces indiquées sont des maximums autorisés dans le cadre du RLP.

En ZP1, l'affichage est bien de 2,50m² pour le mobilier urbain.

Par rapport aux monuments historiques, il y a une réintroduction de la publicité dans le périmètre, mais elle reste très limitée.

A la faveur d'une remarque, il est rappelé le délai de mise en conformité : 2 ans pour les publicités et 6 ans pour les enseignes à l'approbation du RLP.

Présentation des règles pour les enseignes :

M le Maire rappelle qu'en termes d'enseignes, l'objectif du RLP est bien de trouver une harmonie dans le traitement des façades des commerces, de manière à valoriser et dynamiser l'ensemble commercial de la commune.

Il est précisé que les enseignes perpendiculaires en ZP 3 correspondent aux dimensions de celles chartées qui sont déjà présentes sur Bay 1.

Les plans de zones (notamment présents à Bay 1) constituent des relais d'informations services qui ne sont pas régis par le RLP.

A Bay1, concernant les enseignes au sol, il s'agirait de les limiter à 1 dispositif avec une dimension inférieure à 3m². Les formats proposés apparaissent en effet trop importants et seront revus à la baisse.

La problématique de la pharmacie à Bay 1 qui masque totalement sa vitrine de messages publicitaires est évoquée.

Toujours sur le secteur de Bay 1, il est proposé de préciser les dispositions liées aux enseignes en façade, afin d'intégrer celles situées sur la façade extérieure du centre commercial.

Enfin, concernant le numérique, les règles proposées apparaissent contraignantes alors que ce sont des dispositifs qui vont être amenés à se développer. Les réflexions envers ces types de dispositifs n'en sont toutefois qu'aux prémises. Aussi, s'il est proposé d'apporter un peu plus de souplesse, il est bien précisé que le document pourra à terme évoluer par voie de modification afin de préciser les possibilités en matière de numérique sur certains secteurs.

D'autre part, une remarque est émise par rapport à l'installation existante de plusieurs panneaux sur l'emprise de Bay 1 (panneaux déroulants de 2m² et scellés au sol). Aussi, afin de prendre en compte la situation existante et le contexte particulier de cette vaste emprise foncière commerciale, il s'agirait d'autoriser en ZP3, 4 dispositifs.

Au regard des différentes modifications à effectuer sur le périmètre de Bay 1, il est proposé de créer une nouvelle zone traduisant le contexte spécifique de ce site.

Enfin, une dernière précision est apportée : en ZP0, la publicité sur abribus reste autorisée.

Révision du Règlement Local de Publicité

Réunion PPA n°2

7 novembre 2019

Présents :

Michel Vermot, Maire-adjoint à l'habitat et l'urbanisme

Valérie Roland, Directrice de l'urbanisme

Sophie Pellier, chargée d'études, EVEN Conseil

Représentante du département

Le bureau d'études présente l'armature réglementaire du RLP.

>> Présentation des règles pour les publicités et les pré-enseignes :

Les règles liées aux publicités ne soulèvent pas de remarques.

Il est demandé d'ajouter les dispositions sur les enseignes posées au sol sur domaine public dans la partie publicité. En effet les dispositifs publicitaires posés au sol sur domaine public sont considérés comme des pré-enseignes lorsqu'ils ne bénéficient pas d'une demande d'autorisation d'occupation du domaine public.

>> Présentation des règles pour les enseignes :

Remarque générale sur le zonage :

Il serait préférable d'intégrer les deux zones commerciales Bay 1 et Bienvenue dans le même zonage ZP3b.

Enseignes perpendiculaires :

Il serait préférable d'intégrer une dérogation de format pour les croix de pharmacies : 1m²

Le département précise également qu'il serait préférable d'ajouter une règle de saillie des enseignes perpendiculaires (80cm)

Enseigne/ pré-enseigne posée au sol sur domaine public :

Dans le règlement, il faudrait préciser le changement de catégorie des enseignes /pré-enseignes posées au sol selon l'existence d'autorisation d'occupation du domaine public.

Il est demandé par la ville d'autoriser ces dispositifs en ZP1. Le département conseille de définir une hauteur maximale (1,20m) , ainsi qu'une implantation au plus proche de la façade.

Enseignes numériques :

La ville demande de limiter les enseignes numériques à la ZP3b avec une implantation uniquement en façade.

Enseignes au sol :

En ZP3 la ville pense qu'il serait préférable d'intégrer une notion de recul de l'enseigne par rapport au domaine public.

Les typologies de Bay1 et Bienvenue étant très différentes, il paraît difficile de trouver une règle permettant de s'intégrer aux typologies de ces deux secteurs.

Révision du Règlement Local de Publicité

Réunion Publique

19 novembre 2019

Présents :

Guillaume LE LAY-FELZINE, Maire de la commune de Torcy

Michel VERMOT, Maire-adjoint à l'habitat et l'urbanisme

Valérie ROLAND, Directrice de l'urbanisme

Sophie PELLIER, chargée d'études, EVEN Conseil

Six personnes sont présentes pour assister à la réunion.

Le bureau d'études présente :

- Une synthèse du diagnostic
- Les orientations retenues
- l'armature réglementaire du RLP
- le plan de zonage
- les dispositions réglementaires par zone

La présentation soulève la question suivante :

⇒ **Les nouvelles dispositions réglementaires vont-elles s'appliquer immédiatement ?**

Non un délais de mise en conformité est prévu par la loi. Ce délais est de 2 ans pour la mise en conformité des publicités et pré-enseignes. Il est de 6 ans pour les enseignes.

⇒ **Il est imposé un format de 1/5 de la hauteur de la devanture commerciale pour le bandeau.
Pourquoi ce format ? N'est-il pas trop réducteur ?**

Le règlement national impose une surface maximal de 15 à 25% de la surface de la façade commerciale. Ce pourcentage n'est pas facile à instruire, ainsi la règle a été simplifiée avec le rapport de 1/5.

Un rapport de hauteur à l'avantage, par rapport à une hauteur en centimètres, d'être adaptable à différentes typologies bâties.

⇒ **Il est imposé l'implantation des enseignes perpendiculaires en limite latérale de façade. Ce point a-t-il été validé avec les commerçants, notamment de Bay1.**

Deux réunions acteurs se sont tenues où les associations de commerçants ont effectivement été conviées. Les différentes propositions réglementaires ont été validées par leurs soins. Celles nécessitant selon eux des ajustements ont été revues.

⇒ **Le plan de zonage défini en ZP2 certains axes et pas d'autres. Comment ces secteurs ont-ils été définis ?**

Ce zonage est issu du travail de diagnostic. Dans les secteurs zonés en ZP2, les typologies bâties permettent l'implantation de dispositifs de plus grand format et sont aujourd'hui affichés de grands mobiliers urbains.