

DEPARTEMENT DE L'OISE

**Commune
de
Nogent sur Oise**

**Révision du
Règlement Local de Publicité**

**Enquête Publique
du 11 octobre 2021 au 12 novembre 2021**

**RAPPORT
DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR**

SOMMAIRE

1-Généralités

page 2 à 5

- 1-1 Objet de l'enquête**
- 1-2 Cadre juridique**
- 1-3 Nature et caractéristiques du projet**
- 1-4 Composition du dossier**

2- Organisation et déroulement de l'enquête

page 6 à 12

- 2-1 Désignation du commissaire-enquêteur**
- 2-2 Modalités de l'enquête**
 - **Premier entretien avec l'autorité organisatrice.**
 - **Organisation des permanences.**
- 2-3 Concertation préalable.**
- 2-4 Information du public, affichage, presse.**
- 2-5 Déroulement des permanences.**
- 2-6 Incidents relevés en cours d'enquête.**
- 2-7 Climat de l'enquête.**
- 2-8 Réunion publique.**
- 2-9 Clôture de l'enquête/transfert des dossiers et registres.**

3- Analyse des observations

page 13 à 20

- 3-1 Relation comptable des observations.**
- 3-2 Dépouillement et synthèse des observations, courriers.**
- 3-3 Notification du procès-verbal de synthèse des observations.**
- 3-4 Réception du mémoire en réponse.**
- 3-5 Analyse détaillée des demandes, observations et courriers reçus**
- 3-6 Observations des Personnes publiques associées (PPA).**

4-Annexes

page 21 à 50

Conclusions et avis

(Ce document sera un dossier séparé)

Patrick Martin, Commissaire Enquêteur a rédigé le rapport ci-après :

1- GENERALITES

1-1 Objet de l'enquête publique

L'enquête publique a pour objet : **la révision du Règlement local de Publicité de la commune de Nogent sur Oise.**

L'enquête publique fait partie intégrante de l'application concrète du principe de participation. Elle est une procédure consistant à informer le public de l'existence d'un projet susceptible de porter atteinte à l'environnement, et à lui donner la possibilité de faire part de ses observations au commissaire-enquêteur chargé, à l'issue de l'enquête, de formuler un avis sur ce projet.

La procédure fixée par la Loi Grenelle II est identique à celle d'élaboration d'un PLU. Elle comprend une concertation notamment avec les habitants, les professionnels concernés, la consultation des personnes publiques associées, une enquête publique et l'avis de la commission départementale compétente en matière de sites et paysages.

Les prescriptions édictées par le règlement local de publicité sont nécessairement plus restrictives que la réglementation nationale, aussi bien pour les publicités et préenseignes que pour les enseignes.

Cependant, ces restrictions ne doivent pas aboutir à une interdiction totale et absolue de la publicité car celle-ci est considérée comme un vecteur de la liberté d'expression. Le règlement local de publicité doit ainsi parvenir à concilier la liberté d'expression et la préoccupation environnementale, exprimée de manière affirmée dans les documents d'urbanisme.

La volonté de la commune est de préserver de la publicité les zones naturelles et les zones d'intérêt patrimonial et paysager (Marais Monroy...) ainsi que d'encadrer les enseignes dans ces zones afin de préserver le cadre de vie. De plus, le souhait est d'améliorer l'image des zones supportant actuellement de nombreux dispositifs publicitaires (publicités, préenseignes et enseignes) à savoir les axes principaux et leur abords ainsi que les zones d'activités en termes de qualité de vie et ce, entenant compte du développement économique.

1-2 Cadre juridique

VU le Code Général des Collectivités Territoriales ;

VU le Code de l'Environnement et notamment les articles L.123-1 et R.123-1 et suivants et L 581-1 et suivants,

VU la Délibération n°DEL2019_042 du 4 avril 2019 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité,

VU la Délibération n°DEL2021_040 du 8 avril 2021 arrêtant le projet de révision du Règlement Local de Publicité,

VU le dossier de révision du Règlement Local de Publicité transmis le 29 avril 2021 pour avis aux personnes publiques associées,

VU la décision du n° E21000103/80 en date du 28/07/2021 du Vice-Président du Tribunal Administratif d'Amiens désignant M. Patrick Martin en qualité de commissaire enquêteur ;

Considérant les pièces du dossier soumis à enquête publique :

- Dossier de révision du Règlement Local de Publicité

1-3 Nature et caractéristiques du projet

La Commune de Nogent sur Oise procédera à **une enquête publique** pour une durée de 31 jours (trente et un jours) **du 11 octobre 2021 au 12 novembre 2021** concernant **la révision du Règlement local de Publicité**.

Les communes peuvent instaurer, dans des zones définies, des règles plus restrictives que la réglementation nationale, dans le cadre d'un RLP.

Les objectifs poursuivis par la commune à l'occasion de l'élaboration de son RLP ont été arrêtés comme suit:

La révision du règlement local de Publicité s'est imposée dans le cadre de différents objectifs, tels que listés dans la délibération de prescription.

- Adapter le RLP communal au nouveau cadre juridique fixé par la Loi Grenelle 2.
- Adapter le zonage aux nouvelles zones de protection du patrimoine naturel (Marais Monroy, Coteaux boisés...).
- Protéger et valoriser le cadre de vie des habitants et la qualité paysagère du territoire.
- Valoriser les entrées de ville et préserver les abords des espaces naturels et des parcs urbains.
- Maîtriser la densité des publicités et harmoniser les pré-enseignes.
- Renforcer la qualité des enseignes et des pré-enseignes dans les parcs d'activités et dans le centre-ville.

- Traiter les nouvelles formes de publicité légalisées par la Loi Grenelle 2, telles que le micro-affichage publicitaire sur les devantures, les dispositifs numériques, les bâches de chantier...
- Encourager la réalisation d'économies d'énergie et réduire la pollution lumineuse en prescrivant des mesures en faveur de l'extinction nocturne des dispositifs lumineux.

Présentation de la commune

La commune de Nogent-sur-Oise, d'une superficie de 7,46 km², est située au Sud du département de l'Oise, à environ 50 km de Paris. Elle est traversée par les voies routières suivantes : la RD 1016 (rocade contournant la ville par l'Est), la RD 916 qui a une fonction de desserte locale vers Creil et Laigneville et la RD 200 permettant de relier Pont-Sainte-Maxence via l'A1 (direction Compiègne et Lille).

La vallée de l'Oise se situe en limite Sud-Est du territoire communal de Nogent-sur-Oise.

Cette disposition (orientation en pente en direction du Sud-Est) a produit un relief marqué : le point le plus bas de la commune étant à 26 m (situé au niveau de la RD 1016 à 500 m au Sud de l'intersection avec l'Avenue de l'Europe) et le plus haut à 107 m (situé à l'Ouest du territoire communal à hauteur du lieu-dit Les Prieux, à proximité de la limite communale avec Montataire).

1-4 Composition du dossier

Le présent rapport concerne **la révision du Règlement local de Publicité de la commune de Nogent sur Oise** lequel couvre la totalité du territoire communal.

Il constitue un élément du dossier de révision du RLP qui comprend, en outre :

Pièce n° 1 : Pièces administratives

Pièce n° 2 : Rapport de présentation

Pièce n° 3 : Règlement

Pièce n° 4 : Annexes

- 4.1. Plan d'ensemble au 1/4000e
- 4.2. Arrêté municipal définissant les limites de l'agglomération
- 4.3. Plan des imites d'agglomération

Un rapport de présentation

Le présent rapport de présentation concerne **la révision du Règlement local de Publicité de la commune de Nogent sur Oise.**

L'affichage publicitaire et les enseignes sont règlementés par le Code de l'Environnement, dont les dispositions visent à permettre la liberté de l'affichage tout en assurant la protection du cadre de vie et des paysages. Une **adaptation de la réglementation nationale au contexte local** est possible par l'instauration d'un **Règlement Local de Publicité (RPL)**. Ce dernier, pris au titre du Code de l'Environnement, a pour objectif la protection de l'environnement mais il ne peut aboutir à une interdiction totale et absolue de la publicité car celle-ci est considérée comme un vecteur de la liberté d'expression.

Ainsi, le 6 décembre 2004, la commune de Nogent-sur-Oise a adopté un Règlement Local de Publicité, toujours en vigueur aujourd'hui.

Ce règlement n'est plus adapté au contexte réglementaire. En effet, la loi Engagement National pour l'Environnement a réformé le RLP tant dans sa procédure d'élaboration que dans son contenu. Aussi l'article L.581-14-3 exige que les RLP de « première génération » soient modifiés ou révisés en vue de les transformer en RLP de « deuxième génération » dans un délai de dix ans à compter de la date d'entrée en vigueur de la loi, **soit le 14 juillet 2020**, faute de quoi, ils seront frappés de caducité.

De plus, le RLP de Nogent-sur-Oise n'est plus adapté à l'évolution et aux enjeux de la ville, il doit donc aujourd'hui être réactualisé.

L'objectif majeur de cette réforme est d'améliorer le cadre de vie et de lutter contre les nuisances visuelles. Ainsi, elle prévoit un encadrement plus restrictif de l'affichage publicitaire, notamment en introduisant une notion de densité, en interdisant la publicité hors agglomération, en supprimant les pré-enseignes dérogatoires admises hors agglomération, en favorisant les économies d'énergie, et en révisant les règles nationales de format et d'emplacement.

Le **décret d'application** du 30 janvier 2012, portant réglementation nationale de la publicité extérieure et des enseignes apporte l'encadrement et les précisions nécessaires à la mise en œuvre concrète de cette réforme.

Cette démarche permettra notamment de :

- **Concilier la protection et la mise en valeur de son patrimoine bâti et naturel avec la nécessité d'une expression publicitaire raisonnable** et d'une signalisation équilibrée des activités économiques ;
- **Prendre en compte les besoins de publicité extérieure indispensables à l'activité économique ;**
- **Préserver la qualité architecturale des immeubles** accueillant des commerces en veillant à la bonne intégration des enseignes.

Un règlement

Article 1. OBJET DU REGLEMENT

Le présent règlement a pour objet d'édicter des prescriptions particulières relatives à l'implantation des publicités, enseignes et préenseignes sur le territoire communal de Nogent-sur-Oise, dans le but de préserver le cadre de vie des Nogentais, tout en permettant l'exercice d'une activité économique reposant sur le droit reconnu de diffuser des informations par les moyens précités.

Les règles suivantes sont applicables à la publicité, aux enseignes et aux préenseignes, visibles de toutes voies ouvertes à la circulation publique ou privée qui peuvent être librement empruntées, à titre gratuit ou non.

Les termes de publicité, enseigne et préenseigne s'entendent au sens du Code de l'Environnement en vigueur. Ces termes sont définis pour information dans le rapport de présentation du présent RLP.

Article 2. PORTEE DU REGLEMENT

Le présent règlement est établi sur le fondement des dispositions du code de l'environnement. Il vient compléter, modifier ou préciser la réglementation nationale et les règles non expressément traitées au règlement restent applicables dans leur totalité.

Ce règlement s'applique sans préjudice des prescriptions prises en application d'autres législations, notamment celles concernant les monuments historiques, les sites, les sites patrimoniaux remarquables, ainsi que celles relatives à la sécurité routière (Code de la Route).

Les règles s'appliquent à tous les pétitionnaires sans exception. Les établissements franchisés, notamment, doivent respecter le règlement de la zone dans laquelle ils s'inscrivent.

2 - Organisation et déroulement de l'enquête

2-1 Désignation du commissaire-enquêteur

Par décision en date du **05 juillet 2021**, Monsieur le Maire de la Commune de Nogent sur Oise demande la désignation d'un commissaire enquêteur en vue de procéder à une enquête publique ayant pour objet : **la révision du Règlement local de Publicité de la commune de Nogent sur Oise.**

Décision du tribunal administratif

Un mail de madame Wrobel du tribunal administratif en date du **25/07/2021**, me sollicitait pour effectuer une enquête publique concernant **la révision du Règlement local de Publicité de la commune de Nogent sur Oise.**

En date du **28 juillet 2021**, un arrêté N° **E21000103/80** de Monsieur le vice Président du Tribunal Administratif d'Amiens me désignait en qualité de commissaire enquêteur.

2-2 Modalités de l'enquête

A compter du 11 octobre 2021 et jusqu'au 12 novembre 2021 inclus, le public pourra formuler ses observations :

- Soit en les consignant sur le registre d'enquête publique ouvert à cet effet en mairie de Nogent sur Oise,
- Soit en envoyant un message électronique **à l'attention du Commissaire Enquêteur**, à l'adresse internet suivante (urba@nogentsuroise.fr) qui les visera et les annexera audit registre,
- Soit en les adressant par écrit, à l'attention du Commissaire Enquêteur, en mairie de Nogent sur Oise, qui les visera et les annexera audit registre.

Toute personne pourra, à sa demande et à ses frais, obtenir communication du dossier d'enquête auprès de la mairie de Nogent sur Oise, dès la publication du présent arrêté.

Le dossier d'enquête publique est également téléchargeable sur le site internet de la Commune de Nogent sur Oise à l'adresse suivante (www.nogentsuroise.fr) dès la publication du présent arrêté.

- Entretien avec l'autorité organisatrice

Le **30 juillet 2021**, par téléphone avec madame Emmanuelle Ducarroz, responsable réglementation urbaine et habitat, nous avons convenu qu'il y aurait d'abord l'enquête pour la modification du PLU et ensuite **l'enquête pour le RLP**.

Le 6 aout 2021, pour ma première visite sur la commune de Nogent sur Oise, je fus reçu par monsieur Philippe Fouin, directeur du service urbanisme, ce dernier me commenta les points importants de la future modification du PLU et de **la révision du RLP**.

Différents points de ce dossier **RLP** furent abordés :

- durée de l'enquête publique avec un délai de 30 jours,
- les journaux habilités pour la publication,
- les dates d'enquête publique,
- la mise a disposition d'un bureau avec un ordinateur,
- le respect des gestes barrières,
- la mise de cette enquête sur le site internet de la ville de Nogent sur Oise.
- Il fut décidé de faire trois permanences pour recevoir le public.

Oise hebdo et le Courrier Picard seront les journaux habilités pour les publicités, l'affichage se fera dans le cadre de la commune de Nogent sur Oise et dans les différents points d'informations de la commune.

- Organisation des permanences

Les permanences ont été fixées de telle sorte que les habitants puissent, en dehors des ouvertures de la mairie au public, avoir la possibilité de rencontrer le commissaire enquêteur à savoir :

L'agenda défini est le suivant :

Première permanence : lundi 11/10/2021 de 10 h00 à 12h00
Deuxième permanence : samedi 23/10/2021 de 9h00 à 12 h00
Troisième permanence : vendredi 12/11/2021 de 15h00 à 17h00

- Transmission des courriers

Je demande à Monsieur Fouin de me faire parvenir tous les courriers qui pourraient m'être adressé concernant l'enquête publique.

- Arrêté d'organisation de l'enquête publique

Afin de recevoir les habitants de Nogent sur Oise, un bureau sera mis à ma disposition pour que je puisse mettre à disposition du public les différentes pièces écrites de ce dossier et les différents plans et recevoir les personnes qui désirent écrire sur le registre avec la discrétion que demande cette enquête et avec le respect des gestes barrières.

- Paraphe du registre d'enquête

En date du **11 octobre 2021**, lors de la première permanence, le commissaire enquêteur a paraphé le registre d'enquête publique en Mairie de **Nogent sur Oise**.

A l'expiration du délai d'enquête publique, le registre sera clos et signé par le Commissaire Enquêteur.

Dans un délai de 8 jours après la clôture de l'enquête publique, le Commissaire Enquêteur adressera un procès-verbal de synthèse au maire de Nogent sur Oise, lequel aura 15 jours pour lui retourner sa réponse.

Dans un délai de 30 jours à compter de la date de clôture de l'enquête, le Commissaire Enquêteur transmettra au Maire de Nogent sur Oise le dossier d'enquête publique accompagné du registre et des pièces annexées, avec son rapport et ses conclusions motivées.

Le rapport du Commissaire Enquêteur, conformément aux dispositions du Code de l'Environnement, relatera le déroulement de l'enquête publique et examinera les observations recueillies. Les conclusions motivées seront consignées dans un document séparé précisant si l'avis sera :

- **favorable,**
- **favorable avec observations,**
- **favorable avec des réserves,**
- **défavorable.**

Dans l'hypothèse où les réserves ne seraient pas levées, cela équivaudrait à un avis défavorable.

Le dossier d'enquête publique ainsi que le registre d'enquête, ont bien été tenus à la disposition du public pendant toute la durée de l'enquête publique.

- Visite des lieux

Le **4 novembre 2021**, avec madame Duccaroz nous avons fait le tour de la ville pour constater l'implantation des panneaux publicitaires de la ville de Nogent sur Oise. De nombreux panneaux sont implantés près des habitations avec un entretien quelque peu délaissé, un RLP revisité sera nécessaire pour remettre de l'ordre. (Les photos prises au cours de cette visite sont en annexes).

Le rapport de présentation faisait bien état de cette situation mais il est surprenant de constater cette multitude de panneaux qui vont être à modifier, à déposer et cela pour répondre aux critères du Règlement Local de Publicité que la ville de Nogent sur Oise va appliquer.

2-3 Concertation préalable du public

Un registre de concertation a été mis à disposition du public le 9 avril 2019, personne n'ai venu écrire sur le registre.

Le dossier de révision du RLP a été envoyé à l'UPE, **le courrier de l'Union de la Publicité Extérieure figure en annexes.**

Une seule observation a été portée sur le registre dématérialisé et figure ci dessous.

Observation sur le registre dématérialisé :

Une seule observation a été portée sur ce registre, celle de M. Dhinaut (JMT Alimentation animale) :

« Mon magasin (JMT Alimentation animale) fait partie d'un groupe de 92 magasins en France.

La direction de ce groupe nous demande de changer nos enseignes lors du premier semestre 2021.

Pour l'harmonie du groupe, ces enseignes doivent être identiques partout mais peuvent s'adapter à la réglementation locale.

A ce jour, et depuis 11 ans, nous avons une enseigne de 2,5 m de hauteur, comme d'ailleurs l'ensemble des commerces de la zone. En renouvelant cette enseigne, je n'ai pas le droit de dépasser 1 m de hauteur, ce qui est simplement infaisable et inutile.

Infaisable car les supports existants, et qui sont dans la structure du bâtiment, ne sont pas fait pour recevoir ce type d'enseigne. Inutile car mettre une si petite enseigne à 8m de hauteur n'aura pas l'effet escompté.

Autre problème, le visuel de l'enseigne, qui m'est imposé, comporte 6 couleurs et non 3.

Je vous joins le visuel pour vous rendre compte du problème. »



2-4 Information du public

- Affichage

L'**affichage** a été fait conformément aux dispositions de l'arrêté dans le **cadre de la mairie** (photos en annexes) et dans les autres points d'information de la commune.

- Publicité dans la presse

Les insertions légales d'avis au public ont été faites respectivement dans les journaux ci-après (publications en annexe)

Oise Hebdo : **Edition du 22/09/2021 et du 13/10/2021**

Le Courrier Picard : **Edition du 23/09/2021 et du 13/10/2021**

- Autres mesures de publicité :

Le dossier d'enquête publique du Règlement Local de Publicité est téléchargeable sur le site internet de la commune de Nogent sur Oise : www.nogentsuroise.fr

Plusieurs bulletins d'information ont été diffusés à la population et aux professionnels de la commune tout au long de la procédure :

- Un bulletin présentant le contenu du RLP et la procédure de révision de celui ci diffusé à l'automne 2019.
- Un bulletin présentant le règlement local de publicité révisé, diffusé en décembre 2020.
- Articles dans « Nogent Mag » notamment en février 2020.

2-5 Déroulement des permanences

Les permanences pour le public ont eu lieu :

- **Première permanence :** **lundi 11/10 de 10h00 à 12h00**
- **Deuxième permanence :** **samedi 23/10 de 10h00 à 12h00**
- **Troisième permanence :** **vendredi 12/11 de 15h00 à 17h00**

Au cours de ces permanences, je me suis tenu à la disposition du public.

- **permanence du lundi 11/10 de 10 h00 à 12h00**

A mon arrivée j'ai constaté l'affichage dans le cadre de la mairie. (Photos en annexe)
Les règles d'hygiène étaient en place : désinfectant, affiche sur le port du masque obligatoire.

Un ordinateur avec le dossier est présent pour les habitants qui le souhaiteraient.
Au cours de cette permanence, personne n'ai venu me rencontrer.

- **permanence du samedi 23/10 de 9 h00 à 12 h00**

Au cours de cette permanence, personne n'ai venu me rencontrer.

- **permanence du vendredi 12/11 de 15h00 à 17h00**

Au cours de cette permanence, personne n'ai venu me rencontrer.

2-6 Incidents relevés en cours d'enquête

Mes permanences se sont déroulées dans un bureau mis à ma disposition par la mairie de Nogent sur Oise, rien n'est venu contrarier le déroulement de cette enquête publique.

2-7 Climat de l'enquête

Personne n'ai venu perturber cette enquete du fait que je n'ai rencontré aucun commerçant, aucun artisan ou industriels que cette enquete aurait pu intéresser.

2-8 Réunion publique

Il n'a pas été jugé utile de faire une réunion publique.

2-9 Clôture de l'enquête publique

Le vendredi 12 novembre 2021, à 17h00, en mairie de Nogent sur Oise, j'ai clos le registre d'enquête.

3 - Analyse des observations

3-1 Relation comptable des observations

Cette enquête n'a pas mobilisé les habitants de Nogent sur Oise, aucun commerçant, aucun artisan ou industriels n'ai venu me contacter.

Aucune observation n'a été portée sur le registre d'enquete publique.

Une seule observation a été portée sur le registre dématérialisé.

Deux courriers de l'UPE ont été reçus en mairie, l'un lors de la concertation, l'autre au cours de l'enquete publique en octobre 2021.

3-2 Dépouillement et synthèse des observations et des courriers.

Il est bon de savoir qu'une concertation a été ouverte aux habitants de Nogent sur Oise **le 9 avril 2019**, cette consultation a été élargie aux institutionnels, aux partenaires et acteurs économiques du territoire. Cette concertation s'est traduite par la mise à disposition d'un registre et d'une adresse mail dédiée, les commerçants ont reçu un courrier spécifique.

Voici les réponses de la ville de Nogent sur Oise et l'avis du Commissaire Enquêteur sur les observations de l'UPE concernant le dossier de Révision du Règlement Local de Publicité, lors de la concertation.

Page 1 - Passerelles :

- ⇒ Pas d'objection à la proposition de clarification de l'UPE : « Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser »

***Avis du CE :** la ville de Nogent sur Oise accepte cette modification des lors que les passerelles resteront invisibles en l'absence de la personne chargée de les utiliser. Je suis d'accord avec cette remarque.*

Pages 2 à 4 : format des publicités

- ⇒ Pas d'objection à prendre en compte la demande de modification du format « cadre compris » (initialement demande des services de l'Etat, mais qui ne correspond pas techniquement aux formats disponibles dans le commerce) : « La surface unitaire et utile d'affichage n'excède pas 8 m², la surface du dispositif (affiche et encadrement) n'excède pas 10 50 m², hors éléments accessoires ».

***Avis du CE :** avis conforme*

Pages 4 et 5 : publicité lumineuse

- ⇒ L'UPE demande juste une précision, pour lever toute ambiguïté, mais cela ne change pas la règle sur le fond : nous interdisons les publicités lumineuses et non celles éclairées qui sont de la publicité non lumineuse donc pas de souci particulier pour prendre en compte cette remarque.

***Avis du CE :** avis conforme*

Page 5 : publicité en avant des baies

L'UPE demande de préciser et de confirmer : « Une publicité scellée au sol ne peut être placée à moins de dix mètres en avant d'une baie des façades d'immeubles d'habitation »

- ⇒ La commune souhaite que cette règle s'applique également aux bâtiments d'activité.

***Avis du CE :** avis conforme, le respect de cette norme est évidente vis-à-vis des riverains.*

Page 5 : publicité sur le domaine ferroviaire

Demande de l'UPE : « L'interdistance entre dispositifs ne tient pas compte des coupures de voies routières ou ferroviaires. En parfaite équité avec le domaine privé, nous suggérons de compléter cette interdistance avec la mention suivante : « aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs publicitaires séparés par une voie routière ou par une voie ferrée. »

- ⇒ L'interdistance est à respecter qu'il y est coupure ou non par une voie de communication. L'impact paysager est ainsi préservé.

Avis du CE : je ne vois pas où se trouve la différence entre deux dispositifs séparés ou non par une voie routière ou une voie ferrée. Avis conforme à l'avis de la ville.

Pages 5 et 6 : lexique

Le lexique utilisé est celui du ministère, et souhaite être conservé.

Les matériaux cités pour le « durable » donnent un cadre qui permet à la Ville d'instruire plus facilement les demandes.

Les palissades de chantier sont plus qualitatives en panneaux pleins qu'en grillage.

Avis du CE : les clôtures, constituées de panneaux pleins, sont plus qualitatives que des clôtures grillagées qui peuvent être plus facilement détériorées.

Page 6 : régime de la procédure administrative

Pas de souci pour prendre en compte l'actualisation du régime de la procédure administrative.

Avis du CE : avis conforme

Courrier de monsieur Dhinaut

➤ **REGISTRE DE CONCERTATION DEMATERIALISE**

Une seule observation a été portée sur ce registre, celle de M. Dhinaut (JMT Alimentation animale) :

« Mon magasin (JMT Alimentation animale) fait partie d'un groupe de 92 magasins en France.

La direction de ce groupe nous demande de changer nos enseignes lors du premier semestre 2021.

Pour l'harmonie du groupe, ces enseignes doivent être identiques partout mais peuvent s'adapter à la réglementation locale.

A ce jour, et depuis 11 ans, nous avons une enseigne de 2,5 m de hauteur, comme d'ailleurs l'ensemble des commerces de la zone. En renouvelant cette enseigne, je n'ai pas le droit de dépasser 1 m de hauteur, ce qui est simplement infaisable et inutile.

Infaisable car les supports existants, et qui sont dans la structure du bâtiment, ne sont pas fait pour recevoir ce type d'enseigne. Inutile car mettre une si petite enseigne à 8m de hauteur n'aura pas l'effet escompté.

Autre problème, le visuel de l'enseigne, qui m'est imposé, comporte 6 couleurs et non 3.

Je vous joins le visuel pour vous rendre compte du problème. »



Réponse proposée :

NB : Commerce situé en zone 2A (zone d'activité)

⇒ Actuellement, l'enseigne seule est en infraction avec la réglementation nationale car l'enseigne dépasse de la hauteur de la façade.

Il peut être considéré que le bandeau gris fait partie du bâtiment, ne constituant pas l'enseigne elle-même, seulement les graphismes apposés dessus.

Extraits du règlement du RLP :

Article 1 « Les enseignes d'un même établissement présenteront une harmonie entre elles ainsi qu'avec le traitement de la façade, notamment au regard de la gamme de couleurs et du choix des matériaux utilisés. Il ne faudra pas dépasser 3 couleurs pour l'ensemble d'un même bâtiment. »

⇒ Proposition d'ajustement afin de respecter les enseignes déjà existantes dans la zone « il est souhaitable de ne pas dépasser 3 couleurs pour l'ensemble d'un même bâtiment ».

Avis du CE : avis conforme, un règlement se doit d'être appliqué sinon il n'était pas utile de le réviser.

Courrier de l'UPE du 28 octobre 2021



Monsieur le Commissaire-enquêteur
Mairie de Nogent-sur-Oise
74, rue du Général de Gaulle
60180 Nogent-sur-Oise

Paris, le 28 octobre 2021

À l'attention de Monsieur Patrick MARTIN

*Objet : révision du règlement local de publicité
Enquête publique*

Monsieur le Commissaire-enquêteur

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité (RLP) de la commune de Nogent-sur-Oise arrêté en séance du Conseil municipal le 8 avril 2021 et soumis actuellement à enquête publique.

En effet, ce projet ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire 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.

Les découpages du territoire et la multiplication des règles associées à chacune des zones impactent lourdement le média de la communication extérieure « grand format ». Le projet de RLP alourdit excessivement les contraintes économiques auxquelles notre média est soumis et ne permet pas d'assurer sa pérennité à moyen terme.

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 une présentation jointe au présent courrier détaillant 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 Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.


Stéphane DUFELONDE
Président de l'UPE

PJ : dossier de présentation



Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- L'affichage de grand format ;
- L'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales ;
- La publicité dans les transports et les centres commerciaux ;
- La publicité numérique ;
- Les bâches et l'affichage évènementiel.

<http://www.upe.fr/>

Octobre 2021

Contribution à la
révision du règlement
local de publicité
(RLP)

Enquête publique

Nogent-sur-Oise

Le document dans sa totalité, figure en annexes.

3-3 Notification du procès-verbal de synthèse des observations.

Le 18 novembre, 2021, j'ai adressé, par mail, mon procès verbal de synthèse en mairie de Nogent sur Oise à l'attention de madame Duccaroz.

3-4 Réception du mémoire en réponse de la mairie de Nogent sur Oise en réponse au procès-verbal de synthèse du commissaire enquêteur.

Le **22 novembre 2021**, j'ai reçu de la mairie de Nogent sur Oise la réponse à mon procès verbal de synthèse suite aux observations de l'UPE (son courrier du 21 octobre 2021).

Mes réponses à ce courrier sont en italiques et de couleur bleu.

Réponses au PV de M. Martin, Mme Pequignot, Mme Ducarroz, 22/11/21, document de travail

Observations du commissaire enquêteur sur les réponses de la ville de Nogent sur Oise.

RLP / 22 novembre 2021

Réponse de la Ville de Nogent-sur-Oise au PV du Commissaire enquêteur M.Martin, aux propositions émises par l'UPE

• « Concernant l'offre « grand format », il n'est pas tenu compte des possibilités de transformation en formats 2 m² et 4 m². »

Réponse : pour les publicités scellées au sol, de grands formats sont autorisés en zone 2, à savoir 12 m² conformément à la réglementation nationale. Concernant le mobilier urbain (publicité scellée au sol), il est limité à 8 m².

Observation du Commissaire enquêteur

Avis conforme

- « Afin de tenir compte de la volonté de la commune de Nogent-sur-Oise de protéger le bâti, le cadre de vie sur rue et les résidents, nous suggérons de modifier la rédaction de l'article 2 reproduit ci-dessus comme suit :

« Elles ne peuvent être placées à moins de 5 mètres au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue). »

Réponse : la commune est d'accord pour répondre favorablement à cette demande.

Observation du Commissaire enquêteur

Il ne faut pas oublier que les riverains qui acceptent des panneaux publicitaires sur leur terrain reçoivent des indemnités de la part des publicitaires et qu'il faut être vigilant quant à ce mode de publicités et à leur implantation.

Je demande donc à la ville de Nogent sur Oise de revoir cette distance, cela paraîtra en recommandation.

- « Afin de rétablir un certain équilibre entre le domaine privé et le domaine ferroviaire, nous suggérons de compléter cette disposition par les alinéas suivants :

Deux dispositifs publicitaires maximum par emplacement : règle d'interdistance de 80 mètres entre chaque dispositif publicitaire ou groupe de deux dispositifs;

Aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs publicitaires (ou groupe de deux dispositifs) séparés par une voie routière ou par une voie ferrée. »

Réponse : avis défavorable de la commune, car l'impact paysager est le même qu'il y ait coupure ou non.

Observation du Commissaire enquêteur

Avis conforme, l'impact est de même nature, les panneaux étant toujours placés au dessus des clôtures, la visibilité de ces derniers restera la même en matière de pollution visuelle.

- « Afin d'éviter tout risque juridique, nous préconisons de préciser à l'article 2 reproduit ci-dessus la mention suivante :

" Ce règlement s'applique sans préjudice des prescriptions prises en application d'autres législations, notamment celles concernant les monuments historiques (sous réserve de la levée d'interdiction relative prévue au titre 2 : dispositions générales). »

Réponse : la commune est d'accord pour répondre favorablement à cette demande.

Observation du Commissaire enquêteur

Je partage l'avis de la ville de Nogent sur Oise.

- Modification de la définition des clôtures ajourées (p.23 du document de l'UPE) :

Réponse : la commune est d'accord pour répondre favorablement à cette demande.

Observation du Commissaire enquêteur

Avis conforme

- Définition des palissades de chantier :

Réponse : la commune n'y est pas favorable, les palissades sont plus qualitatives en panneaux pleins qu'en grillage.

Observation du Commissaire enquêteur

Je partage l'avis de la ville de Nogent sur Oise, il est préférable d'avoir une clôture aveugle pour cacher certaines parties du chantier, cela évitera également les éventuelles intrusions facilitées par des clôtures légères et ajourées.

3-5 Observations des Personnes publiques associées (PPA), avis du CE.

Voici la liste des Personnes Publiques Associées qui ont été en communication du dossier de révision du RLP

MRAE Lille
ACSO Creil
CAUE60 60000 Beauvais
CCI Beauvais
Conseil Départemental Beauvais
Chambre d'Agriculture Beauvais
Chambre des métiers Beauvais
Région Hauts de France Lille
Ville de Creil
DDT Beauvais
DDT Senlis
GRT gAz région Val de Seine Génévilliers
Ville de Laigneville
Ville de Montataire
Ville de Monchy saint Eloi
Préfecture de l'Oise
Service départemental de l'architecture et du patrimoine Compiègne
SDIS 60 Beauvais
SE 60 Tillé
SNCF immobilier Lille
Sous Préfecture de Senlis
Ville de Saint Vast les Mello
Syndicat mixte du bassin creillois et des vallées Bréthoises Montataire
VNF Paris
Ville de Villers saint Paul
Syndicat Mixte du Scot du Grand Creillois, Communauté d'agglomération Creilloise
Montataire

Ce dossier envoyé aux Personnes Publiques Associées, n'a pas reçu d'avis de ces dernières.

Le commissaire enquêteur n'a donc rien à dire sur ce sujet.

Commune de Nogent sur Oise

Élaboration du Règlement local de Publicité

**Enquête Publique
du 11 octobre 2021 au 12 novembre 2021**

RAPPORT DU COMMISSAIRE ENQUÊTEUR

ANNEXES

ANNEXES

N°	DESIGNATION
1	Décision de nomination du commissaire enquêteur
2	Arrêté prescrivant l'enquete publique
3	Annonces parues dans les journaux
4	Affiche à la mairie de Nogent sur Oise
5	Courrier de l'UPE pour la concertation + power point
6	Courrier de l'UPE lors de l'enquete publique
7	Photos prises au cours de ma visite

1 **Décision de nomination du commissaire enquêteur**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DECISION DU

TRIBUNAL ADMINISTRATIF D'AMIENS

28 juillet 2021

N° E21000103 /80

LE VICE-PRÉSIDENT DU TRIBUNAL
ADMINISTRATIF

Décision désignation commissaire

CODE : I – urbanisme et aménagement

Vu enregistrée le 13 juillet 2021, la lettre par laquelle le maire de Nogent-sur-Oise demande la désignation d'un commissaire enquêteur en vue de procéder à une enquête publique ayant pour objet :

- le projet de règlement local de publicité de Nogent-sur-Oise.

Vu :

- le code de l'environnement ;
- le code de l'urbanisme.

Vu les listes départementales d'aptitude aux fonctions de commissaire enquêteur établies au titre de l'année 2021.

Vu la décision de la présidente du tribunal administratif du 1^{er} février 2021 portant délégation de signature à M. Samuel Thérain, vice-président, à l'effet de désigner les commissaires enquêteurs pour les enquêtes publiques.

DECIDE

Article 1 : M. Patrick Martin, contrôleur de travaux à la DDE, en retraite, est désigné en qualité de commissaire enquêteur pour l'enquête publique mentionnée ci-dessus.

Article 2 : Pour les besoins de l'enquête publique, le commissaire enquêteur est autorisé à utiliser son véhicule sous réserve de satisfaire aux conditions prévues en matière d'assurance par la législation en vigueur.

Article 3 : La présente décision sera notifiée au maire de Nogent-sur-Oise et à M. Patrick Martin.

Fait à Amiens, le 28 juillet 2021.

Le vice-président,



S. Thérain

2

Arrêté de monsieur le Maire prescrivant l'enquête publique



ARRÊTÉ

Arrêté prescrivant l'enquête publique pour la
révision du Règlement Local de Publicité
enquête publique du 11 octobre 2021 au 12
novembre 2021

ARR2021 337

Le Maire de la commune de Nogent-sur-Oise,

VU le Code Général des Collectivités Territoriales ;

VU le Code de l'Environnement et notamment les articles L.123-1 et R.123-1 et suivants et L 581-1 et suivants,

VU la Délibération n°DEL2019_042 du 4 avril 2019 prescrivant la révision du Règlement Local de Publicité,

VU la Délibération n°DEL2021_040 du 8 avril 2021 arrêtant le projet de révision du Règlement Local de Publicité,

VU le dossier de révision du Règlement Local de Publicité transmis le 29 avril 2021 pour avis aux personnes publiques associées,

VU la décision du n° E21000103/80 en date du 28/07/2021 du Vice-Président du Tribunal Administratif d'Amiens désignant M. Patrick Martin en qualité de commissaire enquêteur ;

Considérant les pièces du dossier soumis à enquête publique :
- Dossier de révision du Règlement Local de Publicité

ARRETE

ARTICLE 1 : Objet de l'enquête et durée de l'enquête publique :

Il sera procédé à une enquête publique sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Nogent-sur-Oise pour une durée de 33 jours, du lundi 11 octobre 2021 au vendredi 12 novembre 2021.

Le siège de l'enquête est fixé à l'hôtel de Ville – 74 rue du Général de Gaulle à Nogent-sur-Oise (60180).

ARTICLE 2 : Nom et qualité du commissaire enquêteur

M Patrick Martin, contrôleur de travaux à la DDE, a été désigné en qualité de commissaire enquêteur par Monsieur le Vice-Président du Tribunal Administratif d'Amiens.

ARTICLE 3 : Consultation du dossier d'enquête

Le dossier soumis à l'enquête publique, ainsi qu'un registre d'enquête à feuillets non mobiles, cotés et paraphés par le commissaire enquêteur, seront déposés en Mairie de Nogent-sur-Oise pendant la durée de l'enquête du du lundi 11 octobre 2021 au vendredi 12 novembre 2021 inclus aux jours et heures habituels d'ouverture au public de la Mairie de Nogent-sur-Oise :

- lundi de 10h à 12h et de 13h30 à 18h
- du mardi au vendredi de 8h30h à 12h et de 13h30 à 17h30
- samedi 8h30 à 12h

Chacun pourra prendre connaissance du dossier et consigner ses éventuelles observations sur le registre spécifique à cet effet, ou les adresser par écrit à l'adresse suivante, en précisant l'objet de la remarque (modification du PLU).

Le dossier de révision du Règlement Local de Publicité est également consultable sur le site internet suivant <https://www.nogentsuroise.fr/>

Pendant toute la durée de l'enquête publique, le public pourra consigner ses observations et propositions sur le registre d'enquête papier et sur un poste informatique mis à sa disposition (conformément à l'ordonnance 2016-1060 du 3 août 2016 entrée en vigueur le 1er janvier 2017).

Les observations pourront également être adressées pendant toute la période d'enquête :

- Par courrier postal, à l'attention de :

M. le Commissaire Enquêteur
révision du Règlement Local de Publicité / commune de Nogent-sur-Oise
74 rue du Général de Gaulle Nogent-sur-Oise (60180)

Les remarques pourront également être faites par voie électronique à l'attention de M. le Commissaire Enquêteur sur l'adresse courriel dédiée spécifiquement à cette enquête : urba@nogentsuroise.fr du lundi 11 octobre 2021 au vendredi 12 novembre 2021.

ARTICLE 4 : Permanences du Commissaire Enquêteur

M. le commissaire enquêteur recevra en Mairie de Nogent-sur-Oise, aux dates et heures suivantes :

- Lundi 11 octobre 2021 de 10h à 12h.
- Samedi 23 octobre 2021 de 9h à 12h.
- Vendredi 12 novembre 2021 de 15h à 17h.

ARTICLE 5 : Publicité de l'arrêté de mise à enquête

Un avis au public faisant connaître l'ouverture de l'enquête publique sera publié quinze jours au moins avant l'ouverture de celle-ci, et rappelé dans les huit premiers jours de l'enquête, dans deux journaux régionaux ou locaux diffusés dans le Département.

Cet avis fera également l'objet d'un affichage en mairie de Nogent-sur-Oise et en tous les lieux habituels.

Une copie des avis publiés dans la presse sera annexée au dossier soumis à l'enquête publique avant l'ouverture de cette dernière en ce qui concerne la première insertion, et au cours de l'enquête pour la seconde insertion.

ARTICLE 6 : Clôture de l'enquête publique

A l'expiration du délai d'enquête, le registre d'enquête sera mis à disposition du commissaire enquêteur et clos par lui. Dans les 30 jours à compter de la fin de l'enquête, le commissaire Enquêteur transmettra à la commune son rapport d'enquête et ses conclusions motivées.

ARTICLE 7 : Consultation du rapport et des conclusions

Une copie du rapport et des conclusions sera adressé au Tribunal Administratif et au Préfet du Département, ces documents seront mis à disposition du public pendant une durée de 1 an, sur le site de la commune : <https://www.nogentsuroise.fr/>

ARTICLE 8 : Décisions pouvant être adoptées au terme de l'enquête publique

Au terme de l'enquête publique et après le rendu du rapport et des conclusions du Commissaire Enquêteur, le conseil municipal se prononcera par délibération sur le projet de modification n°2 du PLU ; il

Envoyé en préfecture le 07/03/2022

Reçu en préfecture le 07/03/2022

Affiché le



ID : 060-216004580-20220228-DEL2022_008-DE

Envoyé en préfecture le 24/09/2021

Reçu en préfecture le 24/09/2021

Affiché le



ID : 060-216004580-20210924-ARR2021_337-AR

pourra, au vu des observations ou contre-propositions formulées lors de l'enquête publique et de l'avis du commissaire-enquêteur, décider s'il y a lieu d'apporter des modifications au projet en vue de son approbation.

ARTICLE 9 : Personne responsable du projet

L'autorité compétente responsable du projet de révision du Règlement Local de Publicité de la Ville de Nogent-sur-Oise est Monsieur le Maire de Nogent-sur-Oise, Jean-François DARDENNE, en charge de l'exécution du présent arrêté.

Les informations relatives au projet peuvent être demandées auprès de Monsieur le Maire à l'adresse de la mairie.

ARTICLE 10 : Destinataires du présent arrêté

Le présent arrêté sera adressé :

- à Monsieur le Sous-Préfet de l'arrondissement de Senlis
- à Monsieur le Maire de Nogent-sur-Oise
- à Madame la Présidente du Tribunal Administratif d'Amiens
- à Monsieur le Directeur Départemental des Territoires de l'Oise
- M. le Commissaire enquêteur

Fait à Nogent-sur-Oise,

Signé électroniquement par : Didier CARON

Date de signature : 24/09/2021

Qualité : Par délégation du Maire, le 3ème adjoint



Le présent arrêté peut faire l'objet d'un recours contentieux auprès du Tribunal Administratif d'Amiens – 14 rue Lemerchier – 80000 AMIENS dans un délai de deux mois à compter de sa notification, publication ou affichage, par courrier ou de façon dématérialisée par le biais de la plateforme Télérecours Citoyen (<https://www.telerecours.fr/>).

Oise Hebdo édition du 13/10

Oise Hebdo édition du 22/10



**AVIS
COMMUNE DE NOGENT-SUR-OISE
MISE À L'ENQUETE PUBLIQUE
DU PROJET DE REVISION DU
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**

Par arrêté du maire, le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) sera soumis à enquête publique du 11/10/2021 au 12/11/2021.

A cet effet, M. Patrick MARTIN a été désigné commissaire enquêteur par le Président du Tribunal Administratif d'Amiens.

L'enquête se déroulera à la mairie de Nogent-sur-Oise aux jours et heures habituels d'ouverture, à savoir :

- Lundi de 10h à 12h et 13h30 à 18h
- Mardi de 8h30 à 12h et 13h30 à 17h30
- Samedi de 8h30 à 12h

Le commissaire enquêteur recevra en mairie les lundi 11/10/2021 de 10h à 12h, samedi 23 octobre de 9h à 12h et vendredi 12/11/2021 de 15h à 17h.

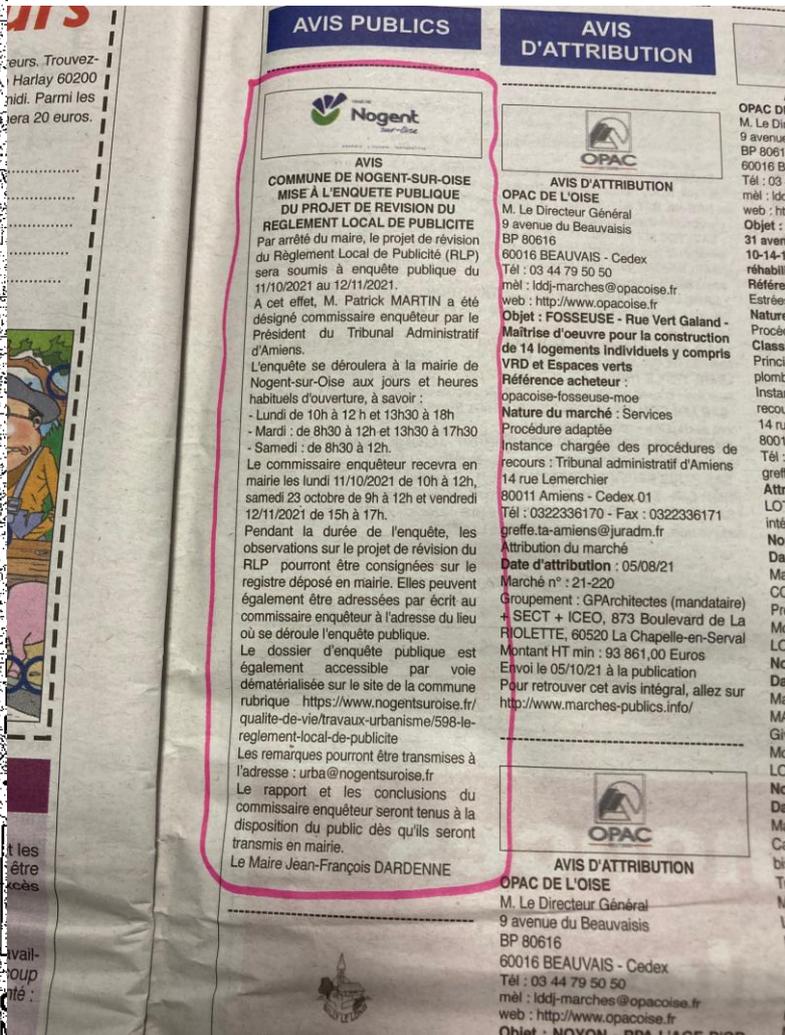
Pendant la durée de l'enquête, les observations sur le projet de révision du RLP pourront être consignées sur le registre déposé en mairie. Elles peuvent également être adressées par écrit au commissaire enquêteur à l'adresse du lieu où se déroule l'enquête publique.

Le dossier d'enquête publique est également accessible par voie dématérialisée sur le site de la commune rubrique : <https://www.nogentsuroise.fr/qualite-de-vie/travaux-urbanisme/598-le-reglement-local-de-publicite>

Les remarques pourront être transmises à l'adresse : urba@nogentsuroise.fr

Le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur seront tenus à la disposition du public dès qu'ils seront transmis en mairie.

Le Maire Jean-François DARDENNE



AVIS PUBLICS



**AVIS
COMMUNE DE NOGENT-SUR-OISE
MISE À L'ENQUETE PUBLIQUE
DU PROJET DE REVISION DU
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE**

Par arrêté du maire, le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) sera soumis à enquête publique du 11/10/2021 au 12/11/2021.

A cet effet, M. Patrick MARTIN a été désigné commissaire enquêteur par le Président du Tribunal Administratif d'Amiens.

L'enquête se déroulera à la mairie de Nogent-sur-Oise aux jours et heures habituels d'ouverture, à savoir :

- Lundi de 10h à 12h et 13h30 à 18h
- Mardi de 8h30 à 12h et 13h30 à 17h30
- Samedi de 8h30 à 12h

Le commissaire enquêteur recevra en mairie les lundi 11/10/2021 de 10h à 12h, samedi 23 octobre de 9h à 12h et vendredi 12/11/2021 de 15h à 17h.

Pendant la durée de l'enquête, les observations sur le projet de révision du RLP pourront être consignées sur le registre déposé en mairie. Elles peuvent également être adressées par écrit au commissaire enquêteur à l'adresse du lieu où se déroule l'enquête publique.

Le dossier d'enquête publique est également accessible par voie dématérialisée sur le site de la commune rubrique : <https://www.nogentsuroise.fr/qualite-de-vie/travaux-urbanisme/598-le-reglement-local-de-publicite>

Les remarques pourront être transmises à l'adresse : urba@nogentsuroise.fr

Le rapport et les conclusions du commissaire enquêteur seront tenus à la disposition du public dès qu'ils seront transmis en mairie.

Le Maire Jean-François DARDENNE

AVIS D'ATTRIBUTION



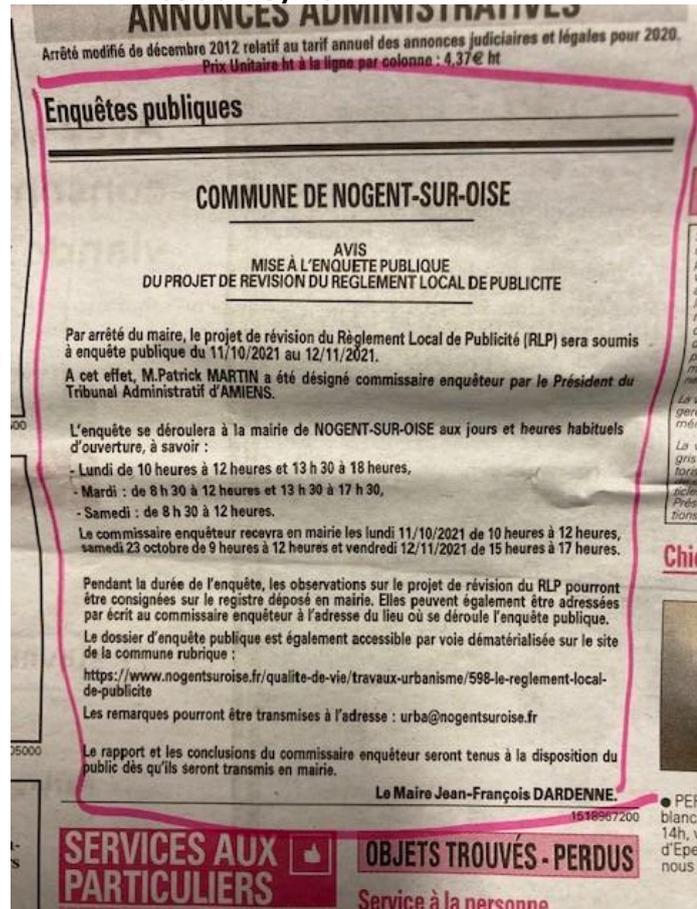
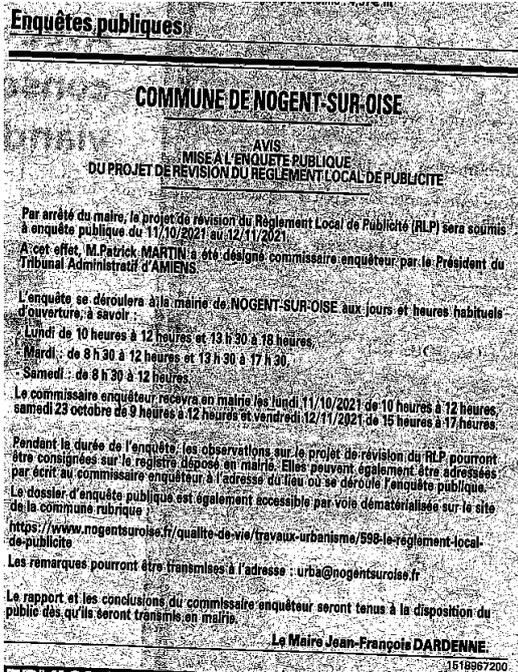
**AVIS D'ATTRIBUTION
OPAC DE L'OISE**

M. Le Directeur Général
9 avenue du Beauvaisis
BP 80616
60016 BEAUVAIS - Cedex
Tél : 03 44 79 50 50
mél : lddj-marches@opacoise.fr
web : <http://www.opacoise.fr>

Objet : NOYON - RPA L'AGE D'OR

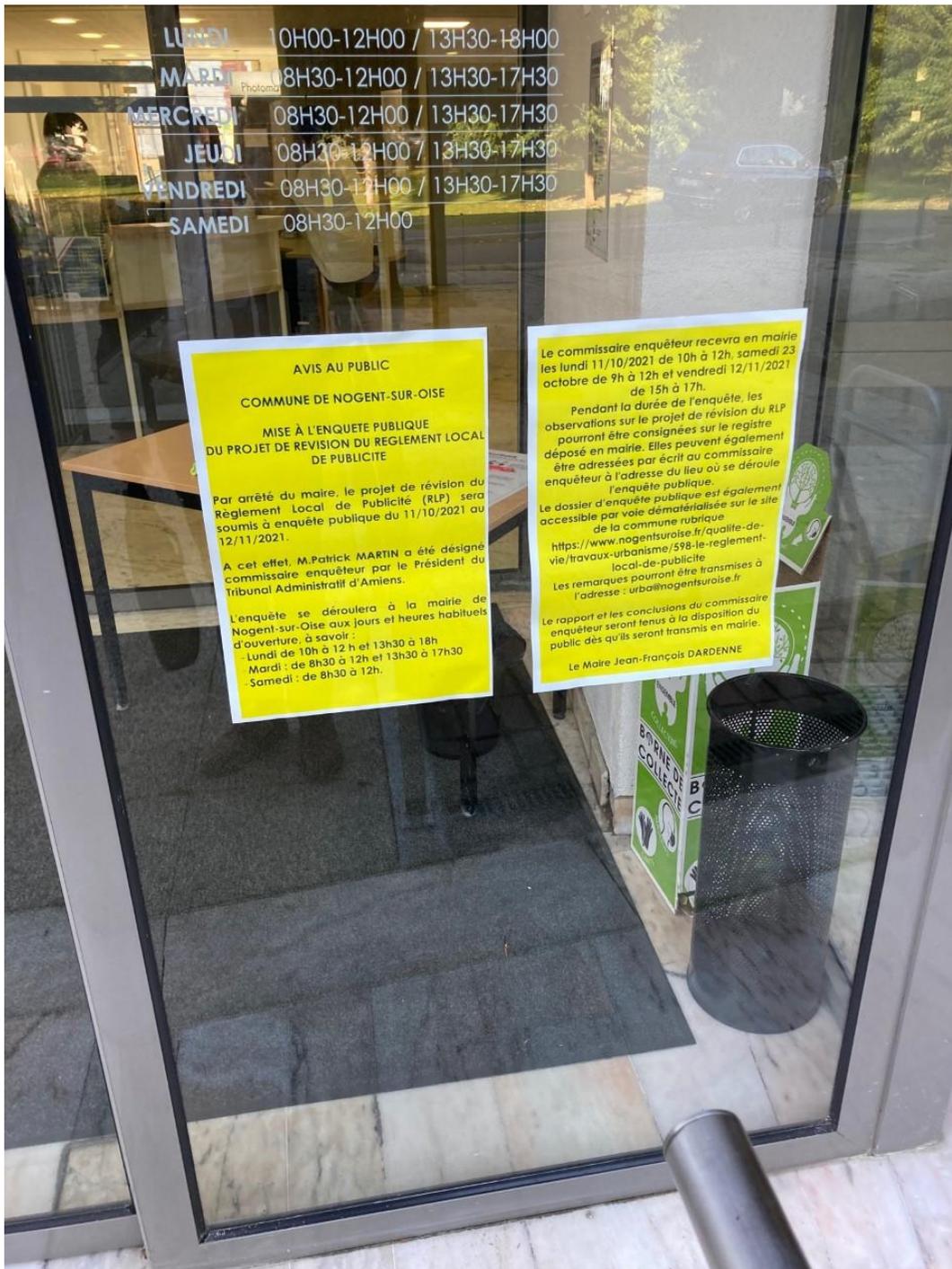
Le Courrier Picard édition du 13/10

et du 23/10



4

Affiche à la mairie de Nogent sur Oise



5 Courrier de L'UPE lors de la concertation



Monsieur le Maire
En son Hôtel de Ville
74, rue du Général de Gaulle
60180 Nogent-sur-Oise

Paris, le 12 février 2021

*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 un grand intérêt du projet de règlement local de publicité (RLP) de la ville de Nogent-sur-Oise actuellement soumis à concertation.

Toutefois, afin de mieux concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire et le dynamisme économique et commercial des acteurs locaux, nous vous présentons nos demandes d'aménagements règlementaires afin qu'un compromis satisfaisant puisse permettre à chacune des parties prenantes de trouver un juste équilibre. Cette exigence de conciliation, à laquelle tout RLP doit répondre, est en effet imposée par le code de l'environnement.

Vous trouverez à cet effet, formulées ci-dessous, 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.

1. Dispositions générales

L'article 5 « *qualité et esthétique des matériaux* » du projet de règlement interdit l'usage des passerelles de sécurité.

Les passerelles et échelles permettent le changement des publicités en toute sécurité et sont imposées par le code du travail. Selon l'article L4121-1 de ce code, « *L'employeur prend les mesures nécessaires pour assurer la sécurité et protéger la santé physique et mentale des travailleurs.* »

De plus, le code du travail impose expressément l'usage de passerelles pour les salariés travaillant en hauteur. En effet, les articles R4534-81 et suivants détaillent le régime juridique applicable aux passerelles.

Afin de tenir compte des impératifs en matière de sécurité, de santé au travail et des mesures d'optimisation d'exploitation, nous souhaitons une modification de cette disposition et proposons la rédaction suivante :

« Lorsqu'elles sont visibles de la voie publique, les passerelles sont interdites. Elles sont toutefois admises lorsqu'elles sont intégralement repliables et demeurent pliées en l'absence des personnes chargées de les utiliser ».

2. Dispositions particulières

- S'agissant de la zone de publicité n°1

▪ Le format des publicités murales

Le projet de règlement prévoit, en ZP1, pour les publicités murales, un format de 9 m², cadre compris (article 2).

Le format retenu de 9 m², encadrement compris, n'est pas un format standard usuellement utilisé en France par l'ensemble des sociétés d'affichage.

En effet, les formats usuels des affiches en France sont :

- 120 x 160 cm dit usuellement « 2 m² » ;
- 240 x 160 cm dit usuellement « 4 m² » ;
- 320 x 240 cm dit usuellement « 8 m² » ;
- 400 x 300 cm dit usuellement « 12 m² ».

La détermination de la surface des publicités est liée au nombre d'habitants de l'agglomération concernée. La ville de Nogent-sur-Oise compte 20 033 habitants (INSEE – 2017). Ainsi, Nogent-sur-Oise peut bénéficier d'une offre commerciale dite « grand format » jusqu'à 12 m² dans la mesure où elle compte plus de 10 000 habitants. En effet, l'article R581-26 du code de l'environnement prévoit que

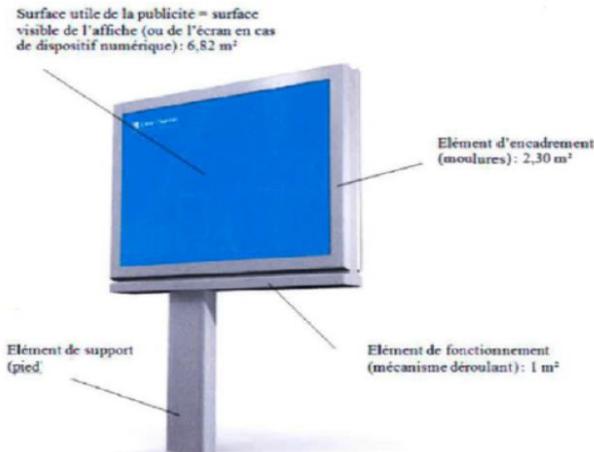
*« Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants et dans celles de moins de 10 000 habitants faisant partie d'une unité urbaine de plus de 100 000 habitants, ainsi qu'à l'intérieur de l'emprise des aéroports et des gares ferroviaires et routières, la publicité non lumineuse apposée sur un mur ou une clôture **ne peut avoir une surface unitaire excédant 12 mètres carrés**, ni s'élever à plus de 7,5 mètres au-dessus du niveau du sol. »*

Par ailleurs, la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités publiée en octobre 2019 sur le site Internet du ministère de la Transition écologique et solidaire (<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/reglementation-publicite-enseignes-et-preenseignes>) a pour objectif de tirer les conséquences pratiques des deux décisions rendues en 2016 et en 2017 par le Conseil d'État sur les modalités de calcul des surfaces maximales des publicités, définies par le décret n° 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes et codifiées dans le code de l'environnement.

Selon le ministère de la Transition écologique et solidaire, « À titre d'illustration pour ce qui concerne les deux premières options ci-dessus, les panneaux standards existants non numériques dits de « 8 m² » **ont en réalité, généralement, une surface de 10,50 m²** ou des moulures pouvant atteindre 25 cm de large. Un RLP souhaitant, là où le règlement national de publicité (RNP) autorise un format maximum de 12 m² (encadrement compris), avoir des panneaux correspondant à du standard dit de « 8 m² » **devra donc prévoir, soit une surface de 10,50 m² (encadrement compris), soit une affiche de 8 m²** et des moulures de 25 cm de large. Dans les deux cas, la surface totale du dispositif (affiche/écran + encadrement) ne peut excéder celle fixée par le code de l'environnement. »

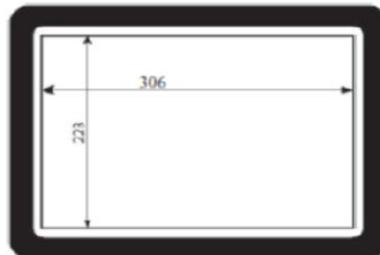
Le lexique annexé au projet de règlement définit pourtant la notion de surface utile et celle de surface hors tout. Néanmoins, le projet de règlement ne reprend pas utilement ces termes dans les dispositions liées au format des publicités.

De plus, la communication extérieure est devenue une véritable activité industrielle dont la logistique a été uniformisée dans l'ensemble du territoire. La conception des dispositifs publicitaires et des formats d'affiches utilisés est standardisée. Partant d'une affiche uniforme et standard, chaque opérateur a su concevoir son propre dispositif alliant technicité et esthétique. Il en ressort une nécessaire prise en compte de ces éléments d'encadrements pour le calcul de la surface unitaire des dispositifs.

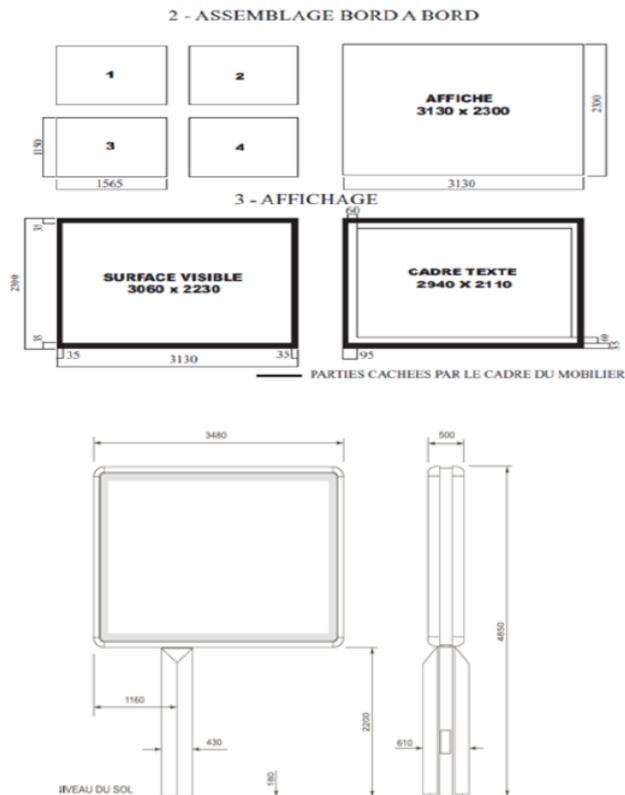


Affiche sans bandeau :

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



Le format 8 m² « d'affiche » : un format 10,50 m² « encadrement compris »



Dans ces conditions, nous proposons de limiter le format « hors tout » à 10 50 m², format qui englobe la quasi-totalité des dispositifs actuellement implantés et supportant des affiches de format traditionnel dit « 8 m² ».

Ainsi, 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 50 m², hors éléments accessoires ».

Conformément à l’alinéa 1 de l’article L581-3 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.

▪ **Interdiction de la publicité lumineuse**

Le projet de règlement entend interdire, en ZPI, les publicités lumineuses et numériques au sol ou murales. (article 1). La publicité lumineuse comporte la publicité numérique ainsi que la publicité éclairée par projection ou par transparence. Cependant, cette dernière catégorie suit le régime juridique applicable à la publicité non lumineuse, en application de l’article R581-34 du code de l’environnement.

Cette interdiction aurait pour conséquence de mettre au rebus de nombreux matériels (type vitrine) qui sont pourtant conformes à la réglementation nationale. Il s'agirait donc d'un non-sens économique et environnemental contraire à une logique d'économie circulaire.

Nous demandons l'autorisation de pouvoir maintenir des dispositifs de publicité lumineuse éclairée par projection ou par transparence en ZP 1 suivant les mêmes conditions que la publicité non lumineuse.

Il conviendra de modifier en ce sens l'article 1 précité.

- **S'agissant de la zone de publicité n°2**
 - **Règles d'implantation des dispositifs publicitaires scellés au sol**

Le projet de règlement prévoit que les dispositifs publicitaires scellés au sol, en ZP2, ne peuvent être placés à « *moins de dix mètres en avant d'une baie* » (article 2) :

Nous comprenons en la matière que cette règle de recul vise les baies d'habitation. Afin de parfaire la compréhension de cette disposition, nous préconisons de la modifier de la manière suivante :

*« Une publicité scellée au sol ne peut être placée à moins de dix mètres en avant d'une baie **des façades d'immeubles d'habitation** ».*

Il conviendra de modifier en ce sens l'article 2 précité.

- **Domaine ferroviaire hors gare**

Le projet de règlement prévoit, en ZP2a, la disposition suivante (article 2) :

« une interdistance de 80 m doit être respectée entre chaque dispositif ou groupe de deux dispositifs. »

L'interdistance entre dispositifs ne tient pas compte des coupures de voies routières ou ferroviaires.

En parfaite équité avec le domaine privé, nous suggérons de compléter cette interdistance avec la mention suivante :

« aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs publicitaires séparés par une voie routière ou par une voie ferrée. »

Il conviendra de modifier en ce sens l'article 2 précité.

3. Observations complémentaires

- **Lexique**
 - **Durable**

Le lexique annexé au projet de règlement définit la notion de durable de la manière suivante :

« Terme qualifiant les matériaux tels que le bois, le plexiglas, le métal ou la toile plastifiée imputrescible. »

Il est à noter que le projet de règlement ne doit pas figer à un instant « T » les divers matériaux qui peuvent répondre à la notion de durabilité.

Il conviendra de ne pas lister de manière exhaustive les matériaux acceptables et de modifier en ce sens le lexique.

▪ **Palissade**

Le lexique entend la palissade comme une « *clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité.* »

Les palissades de chantier sont généralement réglementées par un arrêté préfectoral reprenant les dispositions figurant dans le règlement sanitaire départemental type. Ces dispositions peuvent être complétées par un arrêté municipal ou par les services de la voirie qui peuvent préciser aux entreprises les caractéristiques des clôtures à installer.

Afin de ne pas contrevenir aux règlements de voirie existants ou à venir, il est nécessaire de ne pas limiter les palissades à « *une clôture constituée de panneaux pleins et masquant* ».

Il conviendrait de compléter la définition comme suit :

« Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé ».

- **Régime de la procédure administrative**

Les annexes au projet de règlement détaillent la réglementation applicable à la procédure administrative en cas d'infractions au regard du règlement national de publicité. Il est précisé (page 46) que « *le maire prend un arrêté ordonnant, dans les quinze jours, soit la suppression, soit la mise en conformité avec ces dispositions, des publicités, enseignes ou préenseignes en cause, ainsi que, le cas échéant, la remise en état des lieux.* »

Or, depuis la loi n° 2019-1461 du 27 décembre 2019 relative à l'engagement dans la vie locale et à la proximité de l'action publique, ce délai est ramené à cinq jours.

Il conviendra de modifier en ce sens les références annexées relatives à la procédure administrative.

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

Stéphane DOTTELONDE
Président de l'UPE



BILAN DE LA CONCERTATION

Révision du Règlement Local de Publicité Commune de NOGENT SUR OISE

La loi Solidarité et Renouvellement Urbain (SRU) du 13 décembre 2000 rend obligatoire la concertation auprès du public pendant l'élaboration du projet de Règlement Local de Publicité et ce jusqu'à son arrêt en Conseil Municipal.

L'article L. 581-14-1 du Code de l'Environnement précise :

« 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 Ier du Code de l'Urbanisme [...] »

L'article L. 103-2 du Code de l'Urbanisme précise :

« Font l'objet d'une concertation associant, pendant toute la durée de l'élaboration du projet, les habitants, les associations locales et les autres personnes concernées :

1° L'élaboration ou la révision du schéma de cohérence territoriale ou du plan local d'urbanisme [...] »

L'article L. 103-3 du Code de l'Urbanisme mentionne :

« Les objectifs poursuivis et les modalités de la concertation sont précisés par :

1° L'autorité administrative compétente de l'Etat lorsque l'élaboration ou la révision du document d'urbanisme ou l'opération est à l'initiative de l'Etat ; [...]

3° L'organe délibérant de la collectivité ou de l'établissement public dans les autres cas [...] »

L'article L. 103-4 du Code de l'Urbanisme mentionne :

« Les modalités de la concertation permettent, pendant toute la durée suffisante et selon des moyens adaptés au regard de l'importance et des caractéristiques du projet, au public d'accéder aux informations relatives au projet et aux avis requis par les dispositions législatives ou réglementaires applicables et de formuler des observations et propositions qui sont enregistrées et conservées par l'autorité compétente. »

L'article L. 103-6 du Code de l'Urbanisme précise :

« A l'issue de la concertation, l'autorité mentionnée à l'article L. 103-3 en arrête le bilan.

Lorsque le projet fait l'objet d'une enquête publique réalisée conformément au chapitre III du titre II du livre Ier du Code de l'Environnement, le bilan de la concertation est joint au dossier de l'enquête. »

A l'arrêt du Règlement Local de Publicité, le bilan de la concertation est présenté devant le Conseil Municipal. Il énonce les moyens de concertation mis en œuvre tout au long de la procédure d'élaboration, et d'une part relate les remarques émises par les personnes ayant participé à la concertation et d'autre part les analyse au regard du projet global de la commune.

Dans le cadre de la révision du Règlement Local de Publicité de Nogent sur Oise, la concertation a été organisée conformément aux modalités définies par la délibération du Conseil Municipal du 4 avril 2019 prescrivant sa révision. Cette délibération a été complétée par arrêté du 5/12/2020, considérant la crise sanitaire et le besoin de la Commune de procéder à une concertation avec les institutionnels, les partenaires et acteurs économiques du territoire sur le Règlement Local de Publicité.

6

Courrier de l'UPE lors de l'enquête publique

Monsieur le Commissaire-enquêteur
Mairie de Nogent-sur-Oise
74, rue du Général de Gaulle
60180 Nogent-sur-Oise

Paris, le 28 octobre 2021

À l'attention de Monsieur Patrick MARTIN

Objet : révision du règlement local de publicité
Enquête publique

Monsieur le Commissaire-enquêteur

Les entreprises adhérentes de l'Union de la Publicité Extérieure (UPE), syndicat professionnel regroupant les principaux opérateurs de ce secteur d'activité, ont pris connaissance avec une grande inquiétude du projet de règlement local de publicité (RLP) de la commune de Nogent-sur-Oise arrêté en séance du Conseil municipal le 8 avril 2021 et soumis actuellement à enquête publique.

En effet, ce projet ne permet pas de concilier les objectifs de protection du cadre de vie du territoire 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.

Les découpages du territoire et la multiplication des règles associées à chacune des zones impactent lourdement le média de la communication extérieure « grand format ». Le projet de RLP alourdit excessivement les contraintes économiques auxquelles notre média est soumis et ne permet pas d'assurer sa pérennité à moyen terme.

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 une présentation jointe au présent courrier détaillant 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 Commissaire-enquêteur, mes salutations distinguées.

Stéphane DOFFELONDE
Président de l'UPE



PJ : dossier de présentation



Fondée en 1953, l'Union de la Publicité Extérieure (UPE) est le syndicat professionnel représentant les principales entreprises de la communication extérieure. Elle regroupe une trentaine d'opérateurs nationaux, régionaux et locaux.

La communication extérieure comprend :

- L'affichage de grand format ;
- L'affichage de petit format intégré aux devantures commerciales ;
- La publicité dans les transports et les centres commerciaux ;
- La publicité numérique ;
- Les bâches et l'affichage évènementiel.

<http://www.upe.fr/>

Octobre 2021

Contribution à la
révision du règlement
local de publicité
(RLP)

Enquête publique

Nogent-sur-Oise



*Contribution à la révision
du règlement local de publicité (RLP)
Enquête publique - octobre 2021*

Nogent-sur-Oise

Le présent document a pour objectif de :

- I. Présenter le secteur de la communication extérieure, préalable indispensable pour comprendre les enjeux des règles contenues dans un RLP ;
- II. Rappeler les grands principes applicables aux RLP ;
- III. Contribuer à la procédure de révision du RLP initiée par la commune de Nogent-sur-Oise.

Préambule

Une étude internationale portant sur la contribution économique de la publicité en Europe a été réalisée par le cabinet Deloitte à la demande de la *World Federation of Advertisers*. Cette étude démontre l'impact positif du secteur de la publicité tant en termes de croissance et d'emplois.

Deloitte.

The economic contribution of
advertising in Europe
A report for the World
Federation of Advertisers
Janvier 2017

Synthèse :

Ce rapport inédit a permis de démontrer la contribution de la publicité à l'économie et d'évaluer les bénéfices tangibles qu'elle procure aux citoyens.

En utilisant un modèle économétrique basé sur 17 ans de données, cette étude a montré que l'investissement publicitaire en France avait un **impact multiplicateur de 7,85** sur l'économie en général.

Autrement dit, 1 euro investi en publicité dans les médias permet de créer 7,85 euros d'activité économique supplémentaire.

En outre, l'étude de Deloitte a évalué que la publicité contribue directement et indirectement à la création de 536 000 emplois en France, soit 2,1% des emplois du pays.

I. La communication extérieure, 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 qui participe notamment à la relance économique engagée par les pouvoirs publics.
- ✓ 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

La part de marché de la communication extérieure est en progression constante depuis 2006 (hors Internet)

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)

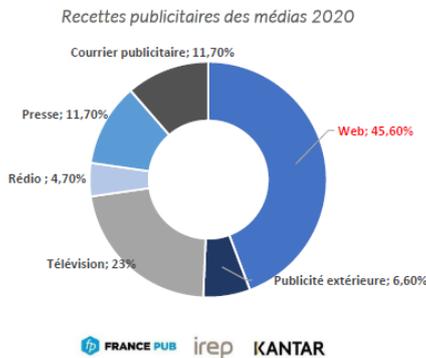


UPE - octobre 2021

5

La communication extérieure – un média « pluriel »

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



- ✓ Internet est devenu le premier média publicitaire, devant la télévision. Il représente en 2020, 45,60% du marché publicitaire en France et 54,2% du marché publicitaire aux Etats- Unis.
- ✓ Pénaliser les autres médias, dont la publicité extérieure, a pour conséquence de renforcer la position dominante des GAFAM (Géants de l'Internet) sur le marché publicitaire.
- ✓ La publicité extérieure contribue à l'information des consommateurs et permet de mieux les éclairer quant à leur choix de produits ou de services. 77 % des consommateurs souhaitent en effet que les marques « parlent de leur utilité dans la nouvelle vie quotidienne » et 75 % veulent qu'elles « informent sur leurs efforts pour faire face à la situation » par leurs actions de communication (baromètre Kantar de mars 2020).

UPE - octobre 2021

5

La communication extérieure – une activité économique locale et multiple



La communication extérieure représente plus de 200 sociétés nationales, régionales ou locales et près de 15 000 salariés, répartis dans tout le territoire national dans plusieurs centaines d'agences locales.

La communication extérieure : un média en perpétuelle évolution

Du simple plateau en acier galvanisé, aux « trivision », vitrines ou encore dispositifs numériques, la communication extérieure est un média en pleine évolution. En effet, le digital, technologie du XXIème siècle, est une innovation majeure pour notre média. Toutefois, le digital ne représente aujourd'hui que **1% du parc**. Des données précises sur la publicité numérique sont maintenant disponibles via l'étude KPMG réalisée en 2020 (<http://www.upe.fr/?rub=1-actualite&id=126>).

Sans attendre des dispositions réglementaires, les opérateurs ont su tenir compte des attentes environnementales de la population.

- Depuis ces **10 dernières années**, le nombre de **dispositifs publicitaires** implantés en France a été **divisé par deux**.

A ce jour, plus de 60% des dispositifs sont seuls sur leur unité foncière (Etude JCDecaux sur 8400 dispositifs en France / avril 2020).

- Depuis de très nombreuses années, les opérateurs ont volontairement réduit le format des dispositifs passant de 12 m² d'affiche à un format dit « 8 m² » d'affiche quelle que soit la technologie employée.

- Dès 1988, des investissements importants ont permis la réalisation de dispositifs alliant esthétique et intégration urbaine.



Tous ces dispositifs utilisés à ce jour n'ont qu'un seul point commun : un format de l'affiche dit « 8 m² ».

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

- Les affiches papiers sont au cœur de notre activité et répondent à des exigences environnementales strictes.
 -  **Labels FSC et PEFC** : nous utilisons du papier certifié, garantissant une gestion durable et responsable des forêts.
 -  **Impressions** : nous exigeons des imprimeurs d'utiliser des encres végétales et des matériaux recyclables pour le conditionnement.
 -  **Recyclage** : les affiches utilisées sont recyclées via une filière adaptée.
- La publicité permet également de promouvoir des entreprises vertueuses et de contribuer ainsi à leur développement.
 - Limiter fortement, voire interdire la publicité, conduirait à priver les entreprises, les produits ou les services dits « responsables » de la possibilité de se faire connaître largement.



La publicité extérieure peut contribuer au changement de production et de consommation.

La communication extérieure : un média accélérateur de la transition

ENGAGEMENTS DE L'UNION DE LA PUBLICITE EXTERIEURE EN FAVEUR DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE, mars 2021

La lutte en faveur de l'urgence climatique et pour la protection de l'environnement sont des causes d'intérêt humain, un engagement de la France et de l'Union européenne, une responsabilité individuelle et collective.

Face à la crise climatique, comme face à la crise sanitaire et ses conséquences, pouvoirs publics, citoyens et acteurs privés doivent être partenaires pour élaborer des solutions efficaces et concrètes.

Média de la proximité et de la mobilité, la communication extérieure a engagé sa transition écologique depuis de nombreuses années et entend l'amplifier pour contribuer à celle de l'économie et de la société françaises.

Vous trouverez via le lien suivant les engagements complets : <http://www.upe.fr/?rub=1-actualite&id=127>

Trajectoire de réduction de l'empreinte carbone de l'activité publicitaire de la communication extérieure

En 2019, le montant total estimé des émissions de CO₂ de l'activité publicitaire de la communication extérieure s'élève à 98 ktéq CO₂, dont 78 ktéq CO₂ émis par les quatre principaux membres de l'Union de la Publicité Extérieure.

Les adhérents nationaux, régionaux et locaux de l'UPEs, qui représentent environ 80% du marché de la communication extérieure en France, s'engagent dans le temps à réduire leurs émissions de CO₂ :

- 2025 : réduction de 20% des émissions de CO₂ de son activité par rapport à 2019 ;
- 2030 : réduction de 48% des émissions de CO₂ de son activité par rapport à 2019 ;
- 2050 : poursuite de la diminution des émissions de CO₂ pour atteindre la neutralité carbone en recourant le moins possible aux mécanismes de compensation.

La publicité extérieure peut contribuer au changement de production et de consommation.

La communication extérieure : un média indispensable

Seuls Internet et la publicité extérieure offrent la possibilité de communiquer dans une zone géographique précise.

De plus, la communication extérieure offre l'avantage d'être un média d'interception et d'interpellation plutôt que d'intrusion. Elle est un vecteur indispensable pour que les entreprises locales puissent assurer leur développement.

Les annonceurs locaux ont en effet besoin d'outils de communication pour leur notoriété, annoncer leur activité et se faire connaître et reconnaître dans leur zone de chalandise.

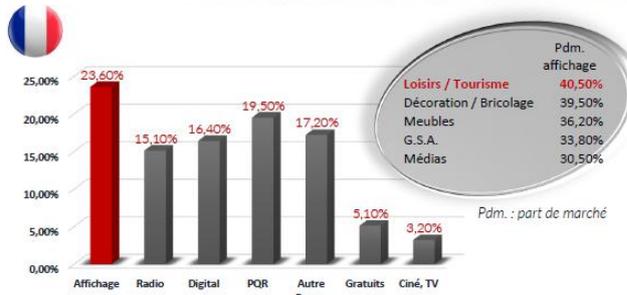


Pénaliser la publicité extérieure renforce la position dominante des GAFAs sur le marché publicitaire sans bénéfice au niveau local (TLPE). De plus, « Par rapport à la transition numérique et la concurrence des GAFAs, la publicité représente un levier d'activités économiques et d'emplois plus important que jamais. » (avis du Comité économique et social européen du 20.10.2021)

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 - données France Pub 2019



Dans le territoire français, l'affichage représente 23,60 % des investissements publicitaires locaux (1^{er} média).
 source France Pub 2019



L'efficacité d'une implantation

La communication extérieure est le plus ancien média. **Les annonceurs souhaitent bénéficier d'audiences, ce que permet justement de mesurer avec la plus grande précision la communication extérieure.**

L'efficacité du média « des déplacements » repose sur le **respect des audiences** qui sont obtenues par **deux notions essentielles** à sa raison d'être :

- **La couverture** : nombre de personnes appartenant à la cible, touchées au moins une fois par le message dans le cadre d'une campagne publicitaire.
- **La répétition** : nombre moyen de contacts par personne appartenant à la cible touchée dans le cadre d'une campagne.



Carte des flux (rouge à orange : fort à important)

II. Les objectifs d'un RLP

- ✓ A partir du Règlement National de la Publicité (RNP - inscrit dans le code de l'environnement), **le RLP donne la possibilité d'adapter les règles nationales aux enjeux locaux**, permettant ainsi d'intégrer la publicité et les enseignes dans toute leur diversité au territoire considéré.
- ✓ Le RNP fixe des interdictions absolues mais également des interdictions dites « relatives ». Le RLP peut ainsi s'avérer être **un outil pour réintroduire la publicité** dans les zones d'interdictions relatives de publicité.
- ✓ Le RLP doit s'adapter de manière maîtrisée aux évolutions, notamment en termes **d'urbanisation et de technologies**.
- ✓ Le RLP doit être lisible et source de **sécurité juridique**. Il 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 chargés de le respecter.
- **Un territoire donné doit donc faire l'objet d'une réglementation harmonieuse via des règles simples et accessibles.**

Il est primordial de conjuguer attractivité et cadre de vie tout en respectant les codes du succès de la communication extérieure.

III. Propositions de l'UPE sur le projet de RLP arrêté en séance du Conseil municipal le 8 avril 2021 et présenté en enquête publique



UPE - octobre 2021

15

Impact du RLP

Le projet de RLP ne présente aucune étude d'impact économique et social tant pour les opérateurs que pour les annonceurs locaux. Cette étude aurait pourtant pu éclairer les choix les plus pertinents en fonction des objectifs poursuivis et permis d'évaluer les conséquences du texte présenté.

Afin d'avoir une vision concrète et opérationnelle du présent projet de réglementation, un impact sur le parc et sur l'audience est présenté dans les pages suivantes.

UPE - octobre 2021

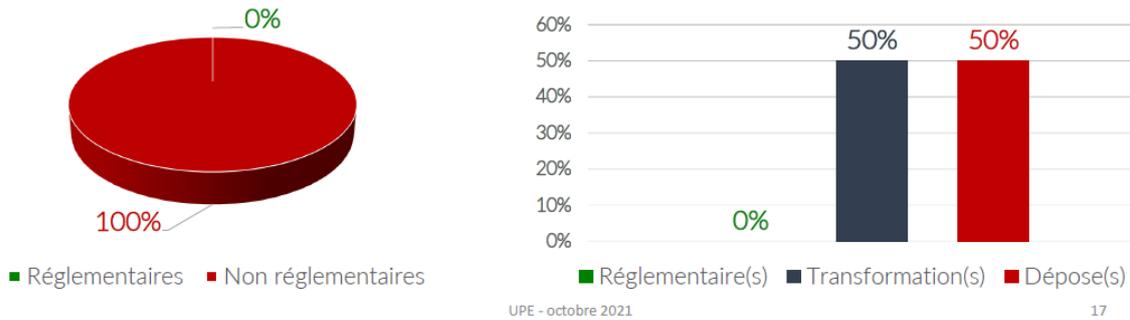
16

Projet de RLP de Nogent-sur-Oise : **impact** sur le parc d'une société adhérente de l'UPE

Le projet de RLP présenté permet la réalisation d'un audit complet, outil mesurant l'impact de la future réglementation sur le parc de dispositifs publicitaires actuellement déployé dans le territoire. Concernant l'offre « grand format », il n'est pas tenu compte des possibilités de transformation en formats 2 m² et 4 m².

Tel qu'arrêté, le projet de RLP a pour conséquence une **perte sèche de 50 %** du parc de dispositifs sur le domaine privé. Ce niveau de dépose entraîne ainsi **une perte de couverture du territoire et une baisse significative d'audience comparée aux autres médias**.

Impact global / dispositifs selon projet de RLP



Projet de RLP de Nogent-sur-Oise : **impact** sur le parc d'une société adhérente de l'UPE

Par sa présence dans l'ensemble d'un territoire, le média de la communication extérieure offre de **sérieuses garanties d'audience**.

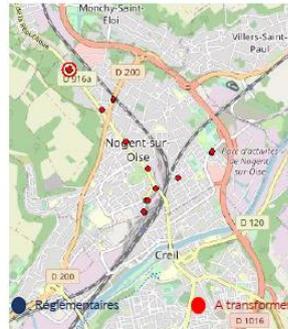
L'ODV ou « occasion de voir » correspond à un contact publicitaire, ou plutôt à une occasion de contact. Le potentiel ou la puissance d'un emplacement ou d'un réseau d'affichage peut être exprimé en « occasions de voir » sur une période donnée. Le nombre théorique d'ODV est établi à partir de l'étude des flux de circulation concernés par l'axe de visibilité.

Une **dédensification importante du réseau diminue l'audience de la communication extérieure, favorisant un report des investissements publicitaires vers Internet, principalement vers les GAFAM**.

Parc actuel



Parc réglementaire & à transformer



Parc réglementaire



Zonage



Le règlement local de publicité définit trois zones où la publicité et les enseignes sont règlementées :

- La zone 1 « zone à dominante résidentielle et centre-ville » comprend des espaces à vocation dominante d'habitat mais accueillant aussi localement des commerces de proximité, des services, des activités et des équipements. Elle englobe également le centre-ville de Nogent-sur-Oise, à dominante d'habitat, de commerces et d'équipements.
- La zone 2 « zones d'activités, grands axes de circulation et emprises ferroviaires » comprend les zones à dominante d'activités économiques, les principaux axes de circulation et leurs abords ainsi que les emprises liées à la voie ferrée.
- La zone 3 « zones naturelles et agricoles » comprend des zones agricoles et naturelles situées dans et en dehors de l'agglomération.

- ZONE 1
Zones à dominante résidentielle et centre-ville
- ZONE 2
2A - Zones d'activités et abords des grands axes de circulation (15m)
2B - Emprises ferroviaires
- ZONE 3
Zones naturelles et agricoles
- Voies express hors agglomération
- Espace Boisé Classé
- Monuments historiques
- Périmètre de protection des MH (500m) au titre de l'article L591-8 du Code de l'Environnement
- Périmètre de protection des MH instauré par le RLP (1000m)

UPE - octobre 2021

9

ZONE 2 : zones d'activités, grands axes de circulation et emprises ferroviaires

Article 2. Les publicités et les préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol
Une publicité scellée au sol ne peut être placée à moins de dix mètres en avant d'une baie.

Problématiques

- Cumulée aux règles de voisinage déjà prévues par le règlement national de publicité (RNP), lesquelles ne vont pas, à juste titre, au-delà de la protection du voisinage (10 m, des baies voisines, H/2 de la propriété voisine), cette disposition limite très fortement les possibilités d'implantation.
- En outre, cette disposition ne permet aucune valorisation environnementale notamment dans les cas suivants :
 - ✓ l'implantation du dispositif peut être déplacée sur une même propriété;
 - ✓ existence de simples ouvertures hors pièces de vies ;
- Cette disposition n'entraîne que des coûts de déplacements importants, sans aucun bénéfice pour la protection du cadre de vie.

Propositions

- Afin de tenir compte de la volonté de la commune de Nogent-sur-Oise de protéger le bâti, le cadre de vie sur rue et les résidents, nous suggérons de modifier la rédaction de l'article 2 reproduit ci-dessus comme suit :

« Elles ne peuvent être placées à moins de 5 mètres au droit des façades d'immeubles d'habitation qui abritent l'entrée principale (façade sur rue). »

UPE - octobre 2021

20

ZONE 2b) – Emprise SNCF

Article 2. Les publicités et les préenseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol
Cependant, dans le secteur 2b, une interdistance de 80 m doit être respectée entre chaque dispositif ou groupe de deux dispositifs.

Problématiques

- Nogent-sur-Oise possède un territoire ferroviaire important qui constitue une source de recettes pour la SNCF via les autorisations d'exploitation publicitaire qu'elle accorde en contrepartie de redevances d'occupation du domaine public.
- Ce domaine ferroviaire présente deux particularités :
 - ✓ une unité foncière dont les parcelles sont gérées par un unique propriétaire ;
 - ✓ un seul opérateur gère l'exploitation publicitaire de ce territoire (règle d'interdistance possible).
- Comme indiqué dans le projet, l'introduction de règles particulières pour ce domaine spécifique est bien spécifiée : précision d'une « interdistance de 80 m. entre chaque dispositif ou groupe de deux dispositifs ».
- Cette règle particulière est cependant excessivement contraignante par sa seule indication de distance entre deux dispositifs.
- En effet, elle ne tient nullement compte – à l'inverse du domaine privé traditionnel – des coupures de voie.

Propositions

- Afin de rétablir un certain équilibre entre le domaine privé et le domaine ferroviaire, nous suggérons de compléter cette disposition par les alinéas suivants :
 - Deux dispositifs publicitaires maximum par emplacement ;
 - règle d'interdistance de 80 mètres entre chaque dispositif publicitaire ou groupe de deux dispositifs ;
 - aucune distance n'est à respecter entre deux dispositifs publicitaires (ou groupe de deux dispositifs) séparés par une voie routière ou par une voie ferrée.

UPE - octobre 2021

21

Observations complémentaires

Article 2. PORTEE DU REGLEMENT

Ce règlement s'applique sans préjudice des prescriptions prises en application d'autres législations, notamment celles concernant les monuments historiques, les sites, les sites patrimoniaux remarquables, ainsi que celles relatives à la sécurité routière (Code de la Route).

Problématiques

- Le projet de règlement prévoit, en son article 1 « Lieux d'implantation de la publicité et des préenseignes » du titre 2 « Dispositions générales » de lever les interdictions relatives concernant les abords des monuments historiques.
- Pourtant, l'article 2 reproduit ci-dessus entretient une certaine confusion dans la mesure où il ne fait pas mention explicite de cette levée d'interdiction.

Propositions

- Afin d'éviter tout risque juridique, nous préconisons de préciser à l'article 2 reproduit ci-dessus la mention suivante :

« Ce règlement s'applique sans préjudice des prescriptions prises en application d'autres législations, notamment celles concernant les monuments historiques (sous réserve de la levée d'interdiction relative prévue au titre 2 : dispositions générales). »

UPE - octobre 2021

22

Observations complémentaires

Clôture aveugle :
Se dit d'une clôture qui ne comporte pas de partie ajourée.

Problématiques

- La notion de « *partie ajourée* » utilisée pour qualifier les clôtures aveugles est source d'interprétation. L'adjectif « ajouré » ne désigne pas uniquement ce qui est « ouvert » mais également ce qui laisse « passer la lumière ».
- Or, un mur de briques de verre n'est pas considéré, au terme de la jurisprudence, comme une ouverture au sens du code de l'environnement. Il laisse néanmoins passer la lumière.

Propositions

- Ainsi, nous préconisons de modifier cette définition en ce sens.

Observations complémentaires

Palissade :
Clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant un chantier pour des raisons de sécurité.

Problématiques

- Les palissades de chantier sont généralement réglementées par un arrêté préfectoral reprenant les dispositions figurant dans le règlement sanitaire départemental type.
- Ces dispositions peuvent être complétées par un arrêté municipal ou par les services de la voirie qui peuvent préciser aux entreprises les caractéristiques des clôtures à installer.

Propositions

- Afin de ne pas contrevenir aux règlements de voirie existants ou à venir, il est nécessaire de ne pas limiter les palissades à « *une clôture constituée de panneaux pleins et masquant* ».

- Il conviendrait de compléter la définition comme suit :

« *Une palissade de chantier est une clôture provisoire masquant une installation de chantier Elle est composée soit d'éléments pleins sur toute sa hauteur, soit d'éléments pleins en partie basse surmontés d'un élément grillagé* ».

7 Photos prises au cours de ma visite

Voici un petit mailing de publicités en zone commerciale du Saulcy



Voici d'autres exemples de panneaux publicitaires.



Des publicités près des habitations.



Publicités le long d'une route départementale



Fait à cempuis le 06/12/2021

P martin

Commissaire enquêteur