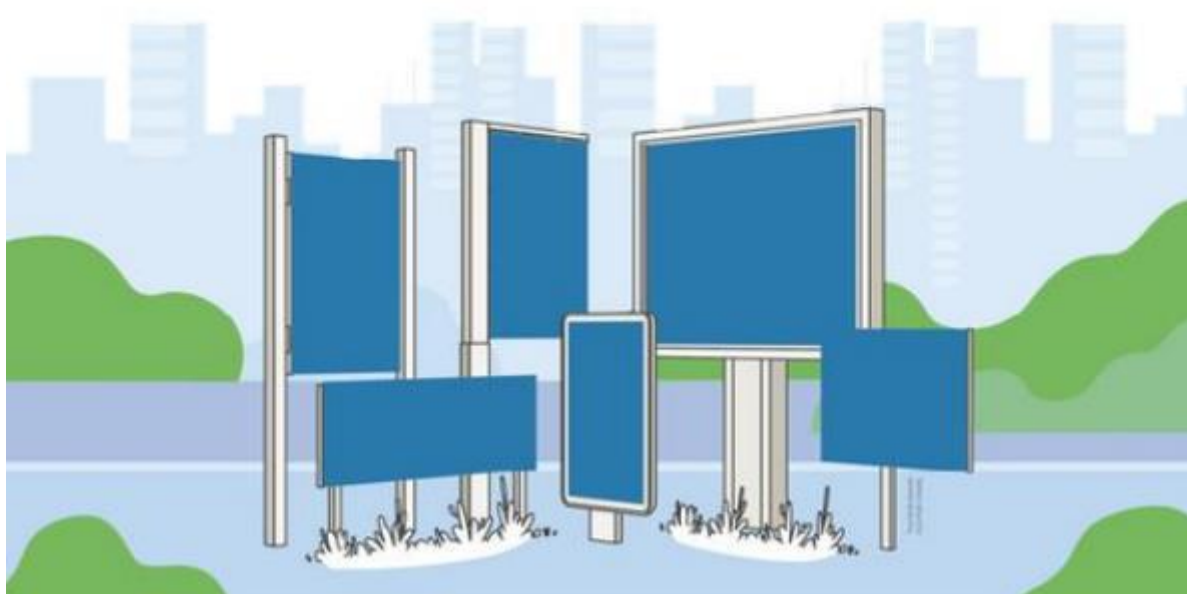


ENQUETE PUBLIQUE
COMMUNE DE CREIL 60
REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE



(RLP)

**Enquête Publique du 30 MAI au 16 JUIN
2023**

Rapport établi par Patrice LAINE

Commissaire Enquêteur.

SOMMAIRE

Page 3-Abbreviations

Page 4-Lexique

P6-Nature et objet de l'enquête publique

P8-Contexte Règlementaire

P9-Contexte général et objectifs

10-Preparation de l'enquête

10-Deroulement de l'enquête-Publicité

P 10-Visites des lieux

P17- PV de synthèse

P19- Mémoire en réponse du maitre d'ouvrage

P23- Conclusions

P24- Avis motivé du Commissaire Enquêteur

P33- P. Jointes

ABBREVIATIONS

ABF	Architecte des bâtiments de France
ENE	Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement
LCAP	Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à L'architecture et au patrimoine
PAC	Porter à connaissance
PLU	Plan local d'urbanisme
PLUi	Plan local d'urbanisme intercommunal
RLP	Règlement local de publicité
RLPi	Règlement local de publicité intercommunal
RNP	Règlement national de publicité
PNR	Parc naturel régional
SIL	Signalisation d'Information Locale
SPR	Site patrimonial remarquable
UDAP	Unités départementales de l'architecture et du patrimoine
ZP	Zone de Publicité

LEXIQUE

Une **agglomération** est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. (Art. R.110-2 du code de la route). Cependant, le Conseil d'État, dans un arrêt du 2 mars 1990, fait prévaloir, en cas de litige, la « réalité physique » de l'agglomération, peu importe l'existence ou non des panneaux d'entrée et de sortie de leur positionnement par rapport au bâti.

Un **auvent** est une avancée en matériaux durs, en général à un seul pan, en saillie sur un mur, au-dessus d'une ouverture ou d'une devanture.

Une **bâche de chantier** est une bâche comportant de la publicité, installée sur des échafaudages nécessaires à la réalisation de travaux.

Une **bâche publicitaire** est une bâche comportant de la publicité, autre qu'une bâche de chantier.

Une **clôture** désigne toute construction destinée à séparer deux propriétés ou deux parties d'une même propriété quels que soient les matériaux dont elle est constituée. Le terme clôture désigne donc également les murs de clôture.

Une **clôture aveugle** est une clôture pleine, ne comportant pas de parties ajourées. Cependant, il faut préciser que « tout percement, dont les portes pleines, doit être considéré comme une ouverture. La jurisprudence a, en revanche, exclut les ouvertures obturées par les briques de verre qui ne constituent pas une ouverture ». (Guide pratique, la réglementation de la publicité extérieure, ministère de l'Écologie du Développement Durable et de l'Énergie).

Une **clôture non aveugle** est constituée d'une grille ou claire-voie avec ou sans soubassement.

Une **enseigne** est une inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce.

Une **enseigne lumineuse** est une enseigne à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse spécialement prévue à cet effet.

Une **enseigne numérique** est une sous-catégorie des enseignes lumineuses qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

Une **enseigne temporaire** est une enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois.

Sont également considérées comme enseignes temporaires, les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente ainsi que les enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent la location ou la vente de fonds de commerce.

Une **marquise** est un auvent vitré composé d'une structure métallique, au-dessus d'une porte d'entrée ou d'une vitrine.

Le **mobilier urbain** comprend les différents mobiliers susceptibles de recevoir de la publicité en agglomération. Il s'agit des abris destinés au public, des kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial, des colonnes porte-affiches réservées aux annonces de spectacles ou de manifestations à caractère culturel, des mâts porte-affiches réservés aux annonces de manifestations économiques, sociales, culturelles ou sportives et des mobiliers destinés à recevoir des œuvres artistiques ou des informations non publicitaires à caractère général ou local.

Un **mur aveugle** est un mur plein, ne comportant pas de parties ajourées. Lorsqu'un mur comporte une ou plusieurs ouvertures de moins de 0,50 mètre carré, la publicité murale est autorisée conformément à l'article R-581-22 du code de l'environnement.

Une **palissade de chantier** est une clôture provisoire constituée de panneaux pleins et masquant une installation de chantier. Elle peut également être composée d'éléments pleins en partie basse surmontées d'un élément grillagé.

Une **pré enseigne** est une inscription, forme ou image indiquant la proximité d'un immeuble où s'exerce une activité déterminée.

Une **pré enseigne temporaire** est une pré enseigne signalant des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ou des opérations exceptionnelles de moins de trois mois. Sont également considérées comme pré enseignes temporaires, les pré enseignes installées pour plus de trois mois lorsqu'elles signalent des travaux publics ou des opérations immobilières de lotissement, construction, réhabilitation, location et vente.

Une **publicité** est une inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention. Ce terme désigne également les dispositifs dont le principal objet est de recevoir lesdites inscriptions, formes ou images.

Une **publicité lumineuse** est la publicité à la réalisation de laquelle participe une source lumineuse conçue à cet effet.

Une publicité numérique est une sous-catégorie de la publicité lumineuse qui repose sur l'utilisation d'un écran. Elle peut être de trois sortes : images animées, images fixes et vidéos.

La **saillie** est la distance entre le dispositif débordant et le nu de la façade.

Une **unité foncière** est un îlot de propriété d'un seul tenant, composé d'une parcelle ou d'un ensemble de parcelles contiguës appartenant à un même propriétaire ou à la même indivision.

NATURE ET OBJET DE L'ENQUETE PUBLIQUE

La commune de Creil est intégralement située dans le département de l'Oise et compte 35 657 habitants.

La protection du cadre de vie constitue un enjeu majeur pour les territoires et les populations.

La réglementation de la publicité, des enseignes et pré enseignes vise ainsi à concilier la liberté d'expression, qui ne peut être restreinte que pour des motifs d'intérêt général exprimés dans un cadre législatif et les enjeux environnementaux tels que la lutte contre les nuisances visuelles, la préservation des paysages et du patrimoine ou encore la réduction de la consommation d'énergie.

Au regard des enjeux fondamentaux dans ses matières, le législateur a entendu créer ainsi un régime particulier et dérogatoire d'encadrement de l'activité publicitaire lorsqu'elle est exercée par le biais d'enseignes ou de pré enseignes ; ce choix particulier s'opère par le biais d'un régime de police administrative spéciale.

En d'autres termes, la réglementation de la publicité extérieure et des enseignes s'inscrit dans le cadre législatif qui garantit la liberté d'expression constitutionnelle. Ainsi, toute mesure réglementaire locale, visant la publicité extérieure ou l'enseigne, ne peut qu'être prise dans un objectif de protection du cadre de vie, ou encore de préservation de la sécurité routière, de la santé publique, lutte contre les discriminations, ou d'autres objectifs légalement établis.

La loi n°2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement dite « loi ENE » ainsi que son décret d'application du 30 janvier 2012 ont considérablement modifié une partie de la réglementation, afin de transformer les Règlements Locaux de Publicité (RLP), en de véritables instruments de planification locale, offrant aux collectivités locales, la possibilité de contrôler et harmoniser l'ensemble des dispositifs constituant la publicité extérieure, à savoir les publicités, les enseignes et pré enseignes.

Toutefois, dans le cadre des évolutions institutionnelles liées à la décentralisation à la rationalisation de l'intercommunalité, la réalisation des RLP se veut désormais principalement intercommunale sous la forme de RLPi.

Véritable outil de la mise en œuvre d'une politique du paysage à l'échelle locale, le Règlement local de publicité (intercommunal) (RLP(i)) permet ainsi d'adapter à des conditions et caractéristiques locales d'un territoire, les règles nationales régissant la présence de la publicité, des pré enseignes et des enseignes dans le cadre de vie.

Parmi les évolutions juridiques résultant de la loi ENE et de son décret d'application, citons notamment, sans que cela soit exhaustif :

- La clarification des compétences entre le maire et le préfet en matière d'instruction et de pouvoir de police de l'affichage ;
- Le renforcement des sanctions, notamment financières, en cas de non-conformité des dispositifs ;

- L'instauration d'une règle de densité publicitaire limitant le nombre de dispositifs autorisés sur une unité foncière le long des voies ouvertes à la circulation publique ;
- La création de règles d'extinction nocturne pour les publicités et enseignes lumineuses ;
- La réduction des formats des dispositifs publicitaires muraux en fonction de la taille des agglomérations ;
- La précision des règles dérogatoires applicables dans les aéroports et les gares, afin de tenir compte de leur spécificité en termes de tailles et de fonctionnement ;
- L'encadrement spécifique des publicités lumineuses, en particulier numériques, s'agissant de leur surface, leur luminance, leur consommation énergétique et leur dispositif anti-éblouissement.

Par ailleurs, la loi ENE a intégralement refondé les procédures d'élaboration, de révision et de modification des Règlements Locaux de Publicité (RLP).

Désormais, ils sont élaborés, révisés ou modifiés conformément aux procédures d'élaboration, de révision ou de modification des plans locaux d'urbanisme (PLU) .

Par ailleurs, un RLP et un PLU peuvent faire l'objet d'une procédure unique et d'une même enquête publique.

C'est donc la collectivité territoriale compétente en matière de PLU(i) qui est également compétente pour la révision du RLP(i).

.

En outre, l'article L.581-14 du code de l'environnement dispose que lorsqu'un établissement public de coopération intercommunale est compétent en matière de plan local d'urbanisme, le RLP doit être élaboré normalement à l'échelon intercommunal, les communes ne pouvant qu'agir à titre palliatif.

La commune de Creil dispose de la compétence en matière de PLU(i), l'élaboration du règlement local de publicité lui revient.

Le RLP(i) est élaboré sur la même base normative que les PLU(i) et comprend au moins un rapport de présentation, une partie réglementaire et des annexes.

- **Le rapport de présentation** s'appuie sur un diagnostic, définit les orientations et objectifs de la collectivité concernée (intercommunalité ou commune) en matière de publicité extérieure, notamment de densité et d'harmonisation, et explique les choix retenus au regard de ces orientations et objectifs ;

- **La partie réglementaire** comprend les dispositions adaptant et complétant la réglementation nationale. Les prescriptions du règlement local de publicité peuvent être générales ou s'appliquer aux seules zones qu'il identifie ;

- Les documents graphiques font apparaître sur l'ensemble du territoire de la commune ou de l'intercommunalité les zones et, le cas échéant, les périmètres, identifiés par le règlement local de publicité et sont annexés à celui-ci ce qui leur confère la même force juridique.

Les limites de l'agglomération, fixées par le maire en application de l'article R.411-2 du code de la route sont également représentées sur un document graphique annexé, avec les arrêtés municipaux fixant lesdites limites, au règlement local de publicité afin de permettre une meilleure coordination entre le champ d'application des différentes législations.

Le présent document constitue ainsi le « rapport de présentation » de ce RLP(i) et élabore en premier lieu un diagnostic de l'état de la publicité extérieure sur l'ensemble du territoire de l'agglomération, diagnostic sur lequel se fondent les orientations et objectifs qui seront décrits, expliqués et justifiés par le présent document.

CONTEXTE REGLEMENTAIRE

L'enquête publique est encadrée par le Code de l'Environnement et notamment ses articles L. 123-1 à L. 123-18 et R. 123-1 à R. 123-27 mais aussi par le Code de l'Urbanisme et notamment ses articles L. 153-19 et L. 153-20 ainsi que R. 153-8 à R. 153-10.

La procédure d'enquête publique s'insère dans la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité de la commune de Creil, qui, conformément l'article L. 581-14-1 du Code de l'Environnement, suit la même procédure que les Plans Locaux d'Urbanisme (PLU).

L'élaboration du Règlement Local de Publicité a été initiée par délibération du Conseil Municipal n° 54 en date du 24 juin 2019.

Durant l'écriture du projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité, une phase de concertation a permis à la collectivité de prendre en compte certaines remarques formulées par le public, les personnes publiques associées ou les personnes concernées afin de faire évoluer ledit projet.

Le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité a ensuite été arrêté par délibération du Conseil Municipal n° 39 en date du 12 décembre 2022 puis transmis pour avis :

- aux personnes publiques associées mentionnées aux articles L. 132-7 et L. 132-9 du Code de l'Urbanisme ;
- aux communes limitrophes qui ont demandées à être consultées ;
- aux établissements publics de coopération intercommunale directement intéressés qui ont demandé à être consultés ;
- à la commission départementale compétente en matière de nature, de paysages et de sites conformément à l'article L. 581-14-1 alinéa 3 du Code de l'Environnement.

Il convient désormais de soumettre ce projet à enquête publique tel que le prévoit l'article L. 581-14-1 du Code de l'Environnement.

A l'issue de l'enquête publique, le projet d'élaboration du Règlement Local de Publicité, éventuellement modifié pour tenir compte des avis qui ont été joints au dossier, des observations du public et du rapport du commissaire enquêteur - sous réserve que l'économie générale du Règlement Local de Publicité ne soit pas remise en cause - sera approuvé par le Conseil Municipal à la majorité des suffrages exprimés.

Le Règlement Local de Publicité, une fois approuvé, sera annexé au Plan Local d'Urbanisme de la commune de Creil.

CONTEXTE GENERAL ET OBJECTIFS

ZONAGES

En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Creil.

Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n° 1 (ZP1) couvre le périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers ;
- La zone de publicité n° 2 (ZP2) couvre les axes principaux de Creil dont la route de Vaux, la rue Robert Schumann, l'avenue Puvis de Chavannes, rue Léon Blum, route de Chantilly, rue Salvador Allende, rue Jean Jaurès et la D1016 de la limite communale avec Nogent-sur-Oise jusqu'à l'Oise ;
- La zone de publicité n° 3 (ZP3) couvre les espaces d'activités de la commune ;
- La zone de publicité n° 4 (ZP4) couvre les espaces agglomérés du territoire en dehors de la ZP1, ZP2 et ZP3.

Les secteurs situés en dehors des 4 zones de publicités définies ci-dessus, sont considérés comme étant hors agglomération. C'est-à-dire que les publicités et les pré enseignes y sont interdites, sauf exception .

La ZP1 : le périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers :

La ZP1 et notamment la partie du périmètre de l'action cœur de ville présente des enjeux architecturaux et patrimoniaux forts identifiés par des protections spécifiques :

- le site inscrit du parc municipal Rouher ;
- le site inscrit de l'île de Creil ;

- une partie du site inscrit de la Vallée de la Nonette ;
- les périmètres de protection de 500 mètres aux abords du pavillon, de l'église et du château.

Quant aux polarités commerciales de quartiers, elles ont été intégrées à la ZP1 pour que les commerces de proximité puissent bénéficier d'une équité dans le traitement de leur enseigne.

L'objectif de cette zone est de mettre en place une réglementation qualitative pour faire émerger une identité spécifique à ce secteur.

La ZP2 : les axes principaux du territoire :

Cette zone regroupe les axes sur lesquels se concentre la pression publicitaire. Ces axes ont été identifiés lors du diagnostic comme étant des axes et des secteurs à enjeux.

Pour ces axes, une réglementation spécifique est mise en place afin de réduire le nombre de supports publicitaires sur ces voies.

La ZP3 : les zones d'activités de la commune :

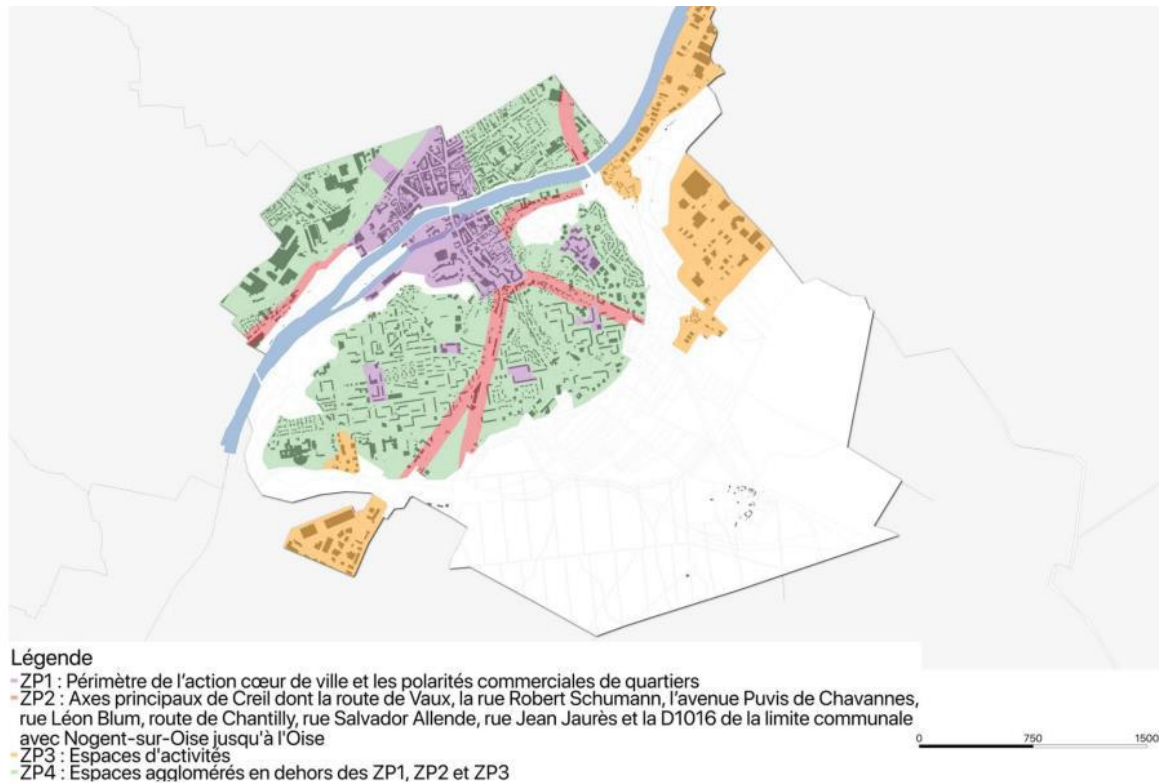
Cette zone regroupe les différentes zones d'activités commerciales ou industrielles du territoire. Ces secteurs génèrent une pression publicitaire médiane principalement due à la présence d'enseignes.

Dans cette zone, la ville a souhaité mettre en place une réglementation assez souple vis-à-vis des enseignes en maintenant des possibilités d'installation publicitaire encadrées.

La ZP4 : les espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3 :

Cette zone regroupe les secteurs à vocation principalement d'habitat et d'équipement accueillant principalement des quartiers résidentiels ou l'on retrouve peu de pression publicitaire.

Dans cette zone, la ville a souhaité préserver le cadre de vie des habitants par la mise en place d'une réglementation très stricte en matière de publicité.



Les choix retenus en matière de publicités et pré enseignes

De manière générale, la ville a souhaité déroger à l'interdiction de publicité dans les lieux d'interdiction relative de publicité afin de favoriser un traitement équitable de secteurs disposant de caractéristiques identiques.

Les publicités et pré enseignes autorisées sont précisées dans chaque zone de publicité.

Dans la zone de publicité n°1 (périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers) et dans la zone de publicité n°4 (les espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3) la ville a souhaité autoriser de manière limitative la publicité.

La ville a tenu compte de la présence de son mobilier urbain supportant de la publicité, l'existence d'une convention de mobilier urbain ainsi que des services rendus par ce mobilier urbain aux habitants et usagers des transports publics.

La ville a donc souhaité autoriser uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain sur l'ensemble de la ZP1 et de la ZP4 dans la limite de 2m² et 3m de hauteur au sol pour la publicité apposée sur mobilier urbain destiné à recevoir des informations à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

Le mobilier étant « un ensemble des équipements publics mis au service des usagers de la voie publique répondant à un besoin des habitants de la commune », la commune a souhaité maintenir les supports actuellement en place sur son territoire.

Sur l'ensemble de la ZP1 et de la ZP4, la publicité numérique apposée sur mobilier urbain est autorisée mais doit respecter les formats et hauteur définis précédemment. Enfin, toutes les

publicités lumineuses y compris celles apposées sur le mobilier urbain à l'exception des publicités lumineuses apposées sur des abris destinés au public, sont soumises à la règle d'extinction nocturne entre 22h30 et 6h.

Les publicités lumineuses apposées sur les abris destinés au public doivent être éteintes entre 22h30 et 5h.

Les publicités sur les palissades de chantier demeurent également autorisées.

En ZP1 (périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers), l'instauration de ces règles impliquent la suppression de 5 supports publicitaires.

En ZP4 (les espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3), l'instauration de ces règles impliquent la suppression d'une dizaine de supports publicitaires.

Cette réglementation va donc permettre de tenir compte des supports existants sans pour autant dégrader la qualité du cadre de vie des Creillois et Creilloises.

Dans la zone de publicité n°2 (axes principaux) et dans la zone de publicité n°3 (zones d'activités), la ville a interdit :

- les publicités et pré enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu ;
- les publicités et pré enseignes sur clôture.

Cette interdiction s'appuie sur la faible présence de ces publicités et pré enseignes sur le territoire et leur caractère particulièrement impactant.

. Pour limiter l'impact de ces supports, la commune a privilégié l'instauration de la règle de densité suivante :

- En ZP2 : une seule publicité autorisée par unité foncière dont le linéaire est d'au moins 20 mètres (en deçà de 20 mètres linéaires la publicité est interdite) ;
- En ZP3 : une seule publicité autorisée par unité foncière sans tenir compte du linéaire. Les unités foncières étant de taille plus importante, les risques d'accumulation et de surenchère sont moins prégnants.

Sur une quarantaine de supports, la seule application de la règle de densité implique la suppression d'environ 15 supports publicitaires.

La publicité apposée sur le mobilier urbain fait l'objet d'une réduction de format à 8m2 et 6m de hauteur au sol afin d'être en cohérence avec le mobilier urbain actuellement installés dans cette zone.

Par ailleurs, la publicité numérique est autorisée (y compris sur mobilier urbain) dans un format limité à 6m2 et 6m de hauteur au sol.

Enfin, toutes les publicités lumineuses y compris celles apposées sur le mobilier urbain sont soumises à la règle d'extinction nocturne.

Celle-ci s'applique entre 22h30 et 6h pour les publicités lumineuses y compris celles apposées sur le mobilier urbain à l'exception des publicités lumineuses apposées sur des abris destinés au public.

Les publicités lumineuses apposées sur les abris destinés au public doivent être éteintes entre 22h30 et 5h. Cette réglementation vise à respecter un équilibre entre la préservation du cadre de vie et la liberté de commerce et d'industrie.

Les choix retenus en matière d'enseignes

Le RLP de Creil interdit plusieurs dispositifs dont l'installation est considérée comme peu qualitative soit en raison de la surface, soit du type d'implantation de l'enseigne. A ce titre, et pour garantir à l'ensemble du territoire communal une égalité de traitement des enseignes et un cadre de vie protégé, la ville a décidé d'interdire :

- les enseignes sur les arbres ou les plantations ;
- les enseignes sur les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- les enseignes sur auvents ou marquises ;
- les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant conformément à la Charte du Parc Naturel Régional Oise-Pays de France ;
- les enseignes sur les poteaux de transport et de distribution électrique, les poteaux de télécommunication, les installations d'éclairage ainsi que sur les équipements publics concernant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime ou aérienne.

Ces règles permettent de privilégier une meilleure intégration des enseignes et une protection du patrimoine bâti sur l'ensemble de la commune.

Elle a également décidé d'interdire les enseignes numériques excepté lorsqu'elles signalent un service d'urgence, une pharmacie ou une station-essence sur l'ensemble de son territoire.

Les enseignes lumineuses installées à l'intérieur des vitrines sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 22h30 et 6h.

Les enseignes numériques installées à l'intérieur des vitrines sont limitées à 1 seule par activité et 2m2 maximum.

L'objectif de ces règles est d'interdire l'implantation de dispositifs peu qualitatifs sur le territoire et de maintenir l'état actuel de la commune.

Dans la zone de publicité n°1 (périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers), la collectivité a décidé de valoriser les enseignes installées en façade et encadre les enseignes parallèles et perpendiculaires au mur.

PREPARATION DE L'ENQUETE

Commissaire-enquêteur : Monsieur Patrice LAINE, a été désigné en qualité de commissaire enquêteur par décision du Tribunal Administratif d'Amiens n°E230000042/80 en date du 21 avril 2023.

Consultation du dossier d'enquête :

Le dossier d'enquête publique est constitué d'une version papier et une version dématérialisée.

Le dossier papier ainsi qu'un registre d'enquête ont été déposés pendant toute la durée de l'enquête aux jours habituels d'ouverture au public, à l'Hôtel de ville de Creil place François Mitterrand et dans les locaux du Service Urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

- Le dossier dématérialisé est consultable sur le site internet de la ville de Creil à l'adresse suivante : <http://www.creil.fr>.
- Pendant toute la durée de l'enquête, chacun pourra consigner ses observations et propositions, et les adresser au commissaire-enquêteur également par voie postale à M. le commissaire Enquêteur Hôtel de ville de Creil place François Mitterrand.
- A l'adresse mail elaborationrlp@mairie-creil.fr.
- Sur les registres d'enquête papier : les registres d'observations en papier, à feuillets non mobiles, et constitutifs du dossier d'enquête seront côtés et paraphés par le commissaire-enquêteur comme le reste du dossier.

Toute observation, courrier postal ou courriel, réceptionné après le 16 juin 2023 à 17h00 ne pourra pas être pris en considération par le commissaire enquêteur.

Le commissaire enquêteur se tiendra à la disposition du public, les :

-mardi 30 mai 2023 de 14h00 à 17h00

- le vendredi 16 juin 2023 de 14h00 à 17h00

dans les locaux de l'Atelier d'Urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

Évaluation environnementale

En application de l'article 122-17 du code de l'environnement, l'autorité administrative environnementale compétente a dispensé le projet de cette évaluation.

Suites données à l'enquête et information du public

A l'expiration du délai d'enquête prévu à l'article 1er, le registre d'enquête sera clos. Le commissaire-enquêteur dispose de huit jours pour communiquer son procès-verbal de synthèse au responsable du projet.

Celui-ci produit ses observations éventuelles dans les quinze jours suivants. Le commissaire-enquêteur disposera d'un délai de trente jours à compter de la clôture de l'enquête pour transmettre au Maitre d'Ouvrage son rapport et ses conclusions motivées.

Le rapport et les conclusions motivées établis par le commissaire-enquêteur pourront être consultés à l'hôtel de ville de Creil ainsi que sur le site internet <https://www.creil.fr> pendant une durée d'un an courant à compter de la date de la clôture de l'enquête.

Les informations peuvent être demandées auprès de Mme Dubois au Pôle Développement Urbain de Creil au téléphone suivant ; 03 44 29 52 85.

DEROULEMENT DE L'ENQUETE

J'ai été à disposition du public pendant les deux permanences prévues à l'Atelier d'Urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

Mardi 30 mai 2023 de 14h00 à 17h00 et le vendredi 16 juin 2023 de 14h00 à 17h00 dans les locaux de l'Atelier d'Urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

La fréquentation a été nulle.

J'ai reçu deux mails :

-l'un de UPE(Union de la Publicité Extérieure) comprenant deux feuillets, en date du 9 juin 2023 émanant de M. Charles Henri DOUMERC, responsable juridique de l'UPE 2 rue Ste Lucie 75015 PARIS, mail ch.doumerc@upe.fr. (PJ 10)

-Le second de JC DECAUX en date du 14 juin 2023 émanant de Mme Sophie Cabrol responsable patrimoine IDF Nord et Grands Marchés Ile de France-19 quai du moulin de cage -92230 GENNEVILLERS, mail sophie.cabrol@jcdecaux.com. (PJ 10)

PUBLICITE

Cette enquête publique a bénéficié de tous les moyens de publicité légaux, soit affichage réglementaire par affiche format A2 de couleur jaune à l'hôtel de ville de Creil place François Mitterrand et à l'Atelier d'urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

Parutions dans deux quotidiens locaux, Le Parisien et Le Courrier Picard, 15 jours avant et une seconde parution pendant les 8 premiers jours de l'enquête.

Parutions dans le Courrier Picard les 12 mai et 31 mai 2023.

Parutions dans le Parisien les 12 mai et 31 mai 2023.

Attestations de parution en PJ07.

Un dossier papier et un registre d'enquête ont été déposés à l'hôtel de ville de Creil et à l'atelier d'urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

Le dossier dématérialisé particulièrement bien présenté pouvait être consulté sur le site internet de la ville de Creil <http://www.creil.fr>

En amont de l'enquête publique une période de concertation et de communication importante a été mise en place avec les commerçants et les diverses activités commerciales de la ville.

VISITE DES LIEUX

J'ai parcouru avant le début de l'enquête publique la totalité des différents secteurs de la commune touchés par le RLP, soit notamment les zones ZP1,ZP2 et ZP3 afin d'avoir une idée plus précise de la présence des différentes formes de publicité en fonction des secteurs de la ville.

.

PROCES VERBAL DE SYNTHESE-(PJ 09)

PROCÈS-VERBAL

de communication des observations écrites recueillies dans le registre d'enquête, des courriers et des courriels adressés au Commissaire Enquêteur.

CHAMANT le 17 juin 2023

RÉFÉRENCES : -Code de l'environnement-article R 123-18

PIECES JOINTES : - 2 courriers annexés

Monsieur Le Maire, maître d'ouvrage.

L'enquête publique sur la commune de Creil 60, concernant le RLP -Règlement Local de Publicité-s'est déroulée pendant une durée de 18 jours consécutifs, du mardi 30 mai 2023 au vendredi 16 juin 2023.

La présence du public a été nulle. Aucune annotation dans les deux registres déposés au siège de l'enquête à l'Hôtel de ville rue François Mitterrand et à l'Atelier d'Urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil ou se sont tenues les deux permanences les 30 mai et 16 juin 2023 de 14h00 à 17h00.

Deux mails ont été reçus au siège de l'enquête publique et annexés au présent PV de Synthèse.

Ci-dessous les deux mails reçus :

-Annexe 1- Courrier de JCDFCAUX

-Annexe 2- Courrier de l'UPE (Union de la Publicité extérieure).

Je vous demande de répondre aux remarques formulées par ces deux afficheurs ainsi qu'à mes questions suivantes :

-Annexe 1- Courrier de JCDECAUX

-Annexe 2- Courrier de l'UPE (Union de la Publicité extérieure).

Je vous demande de répondre aux remarques formulées par ces deux afficheurs ainsi qu'à mes questions suivantes :

- 1- Combien de mobilier urbain/abri destiné au public sur Creil ?
- 2- Montant des recettes publicitaires généré par ces abris ?
- 3- Tous les abris sont-ils éclairés ?
- 4- Quelle est la surface publicitaire de ces abris ? Images fixes ou défilantes ?
- 5- Il semble qu'il n'y a pas de bus entre 22h30 et 5h00 du matin. Est-il prévu une extinction de l'éclairage de ce mobilier ?
- 6- Le maintien de l'éclairage à l'intérieur des magasins après fermeture de ceux-ci peut-il être traité dans le cadre du RLP ?

Je vous demande de m'adresser sous quinze jours, conformément aux stipulations de l'article R 123-18 du Code de l'Environnement, une réponse, point par point, au regard de chacune des observations ci-dessus.

Veuillez agréer, Monsieur le Maire, l'expression de mes sentiments distingués.

Transmis par mail le 17 juin 2023
Le Maître D'Ouvrage
Pris connaissance le 19 mai 2023

Le Commissaire Enquêteur



MEMOIRE EN RETOUR DU MAITRE D'OUVRAGE

PJ 09



**Monsieur le Commissaire
Enquêteur**

**Pôle Développement Urbain
Service Urbanisme et Planification**

Affaire suivie par : Béatrice Dubois
03 44 29 52 85

beatrice.dubois@mairie-creil.fr

Creil, le 27 juin 2023

Objet : Mémoire en réponse aux remarques et questions émises lors de l'enquête publique relative à l'élaboration du Règlement Local de Publicité.

Monsieur le Commissaire Enquêteur,

Par courriel du 17 juin dernier vous m'avez transmis le procès-verbal de synthèse pour l'enquête publique concernant l'élaboration du règlement local de publicité sur le territoire de la ville de Creil.

En réponse, je vous adresse les éléments concernant les remarques de JC Decaux et UPE

Annexe 1) Courrier de JC Decaux

Dans son courrier, JC Decaux rappelle que le mobilier urbain répond d'abord à un service aux usagers. Le Code de l'environnement prévoit en effet que celui-ci peut être support de publicité à titre accessoire. La société rappelle également que la collectivité contrôle et maîtrise l'implantation du mobilier urbain que ce soit via un contrat, au regard des autorisations d'occupation du domaine public et via l'instruction notamment dans les périmètres protégés (après avis de l'Architecte des Bâtiments de France).

En premier lieu, JC Decaux demande à ce que la collectivité ne limite pas le mobilier urbain d'information à 2m² de surface unitaire et 3m de hauteur au sol en ZP1 et ZP4. La société demande à ce que la collectivité maintienne la réglementation nationale, afin de se laisser la possibilité d'implanter en toute zone, du mobilier urbain d'information de grand format (8m² d'affiche et 6m de hauteur au sol).

En second lieu, JC Decaux demande d'autoriser en toute zone la publicité numérique sur mobilier urbain. En dernier lieu, JC Decaux demande à ce que la plage d'extinction nocturne des mobiliers urbains affectés aux services de transport et durant les heures de fonctionnement desdits services, corresponde à la plage d'extinction nocturne imposée par le Code de l'environnement, à savoir 1h à 6h.

Réponse de la commune :

La commune prend note des demandes de la société JC Decaux.

Concernant la première demande de la société, la collectivité a bien conscience qu'elle garde la main sur l'implantation et les formats du mobilier urbain. Toutefois, afin de limiter l'implantation des publicités et préenseignes sur les secteurs du périmètre de l'action cœur de ville et dans les espaces majoritairement résidentiels, seule la publicité apposée sur le mobilier urbain est autorisée en ZP1 et ZP4. Ainsi, toujours

dans l'objectif de limiter l'impact des publicités, le choix a été fait d'acter dans le RLP l'utilisation d'un format de 2m2 d'affiche. Cette mesure permet en outre de maintenir la conformité des supports existants, correspondant déjà à ce petit format et de pérenniser l'utilisation de ce format moins impactant. En revanche, l'implantation de mobilier urbain d'information de grand format sera possible en ZP2 et ZP3. Là encore, cela correspond aux formats des mobiliers urbains d'information déjà existants sur ces espaces.

Concernant la seconde demande de la société, la collectivité rappelle que la publicité numérique apposée sur mobilier urbain est autorisée dans les 4 zones de publicité. En ZP1 et ZP4, elle est soumise à la même réglementation que les publicités non-numériques apposés sur mobilier urbain. En ZP2 et ZP3, la publicité numérique apposée sur mobilier est limitée à 6m2. En effet, l'impact visuel et lumineux de la publicité numérique étant plus important, la collectivité a fait le choix de réduire leur surface maximale.

Enfin, concernant la dernière demande de JC Decaux relative à la plage d'extinction nocturne, la collectivité a fait le choix de soumettre le mobilier urbain de type abris destinés au public à une extinction nocturne dès la fin du service public de transport et jusqu'à la reprise de celui-ci. Ainsi, cette plage d'extinction nocturne permet de répondre à la fonction d'information aux usagers des transports publics tout en limitant l'impact écologique et économique des dispositifs lumineux.

Annexe 2) Courrier de l'UPE (Union de la Publicité Extérieure)

Dans son courrier, l'UPE demande de revoir les règles en matière de densité publicitaire (articles 10 et 13), de revoir les règles applicables sur le parvis et sur les quais de la gare et suggère de modifier la règle de densité concernant les dispositifs lumineux numériques situés derrière les vitrines.

Concernant les règles de densité, l'UPE demande que les publicités apposées sur mur soient soumises à la réglementation nationale en termes de surface (soit 12m2), de les limiter en nombre à 1 dispositif par support, d'autoriser 1 dispositif supplémentaire sur les unités foncières présentant un linéaire sur rue supérieur à 100m et d'autoriser 1 dispositif numérique par unité foncière (avec maintien des règles de densité telles qu'envisagées par le RLP).

Concernant le domaine ferroviaire en gare, y compris parvis, l'UPE demande à ce qu'aucune distance ne soit imposée entre 2 dispositifs séparés par une voie ferrée. Également, il est demandé à ce que les dispositifs publicitaires numériques soient autorisés avec un format de 2m2 de surface d'écran.

Concernant les enseignes lumineuses numériques situées derrière les vitrines, l'UPE demande à la collectivité de limiter ces dispositifs à 2m2 de surface cumulée sans limitation en nombre de dispositif afin de ne pas fragiliser l'activité commerciales et répondre aux différents formats existants des dispositifs lumineux.

Réponse de la commune :

La commune prend note des demandes de l'UPE.

Concernant la demande relative aux règles de densité pour les publicités apposées sur mur, la collectivité a fait le choix de limiter la surface des dispositifs afin de limiter leur impact visuel sur le paysage urbain. La mise en place d'une règle de densité en fonction de la longueur du linéaire bordant la voie ouverte à la circulation publique répond au constat de l'effet d'accumulation des dispositifs existants. Toutefois, ces propositions seront soumises aux élus avant l'approbation, et pourront faire l'objet d'un ajustement du projet.

Concernant la seconde demande de l'UPE relative aux règles applicables sur le domaine ferroviaire, la collectivité a fait le choix d'appliquer les règles mêmes sur le domaine ferroviaire que sur le reste de la ZP1 afin d'avoir une réglementation qualitative et faire émerger une identité spécifique à ce secteur.

Enfin, concernant la limitation des enseignes lumineuses numériques situées derrière les vitrines, la collectivité pourra éventuellement prendre en compte la demande de retirer la limitation en nombre à 1 dispositif par activité. Cette proposition sera soumise aux élus lors des ajustements effectués avant l'approbation du projet.

Les questions complémentaires :

Questions 1 et 4 : Combien de mobilier urbain/abri destiné au public sur Creil ? 4- Quelle est la surface publicitaire de ces abris ?

La ville a sur son territoire 27 mobiliers urbains pour information de 2 m² avec 1 face publicité et 1 face information, 8 mobiliers urbains d'information de 8 m² avec affichage déroulant (2 faces de publicité et 1 face information Ville) et 2 colonnes d'information culturelle.

Pour les abris bus, mobilier urbain géré par l'Agglomération Creil Sud Oise, la commune a sur son territoire 41 abris voyageurs (*réponse de l'ACSO*).

Les caissons publicitaires ont un format de 1,88m (ht)*1,36m(l) avec une image fixe (*réponse de l'ACSO*).

Question 2 : Montant des recettes publicitaires généré par ces abris :

En ce qui concerne l'affichage publicitaire sur le mobilier urbain de la ville, Creil n'applique aucune redevance. La ville bénéficie en contre partie de ces affichages publicitaires le nettoyage de ces mobiliers urbains et l'impression gratuite de 8 campagnes d'affichage de 8m².

Question 3 : Tous les abris sont-ils éclairés ?

Tous les abris sont éclairés et raccordés à l'éclairage public (*réponse de l'ACSO*).

Question 5 : Il semble qu'il n'y a pas de bus entre 22h30 et 5h00 du matin. Est-il prévu une extinction de l'éclairage de ce mobilier ?

Les abris sont raccordés à l'éclairage public, ils sont allumés sur les mêmes plages horaires sans lien avec les horaires du réseau de transport (*réponse de l'ACSO*).

Les plages horaires d'extinction de l'éclairage public est 0h30- 4h42.

Question 6 : Le maintien de l'éclairage à l'intérieur des magasins après fermetures de ceux-ci peut-il être traité dans le cadre du RLP ?

Le Règlement Local de Publicité vise à restreindre la réglementation nationale, définit par le Code de l'environnement. Ainsi, seuls les dispositifs apposés en extérieur sont soumis à la réglementation du Code de l'environnement.

Toutefois, la loi Climat et Résilience du 22 août 2021 précise que le RLP peut prévoir de réglementer les dispositifs lumineux situés à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial, en matière d'extinction nocturne, de surface, de consommation énergétique et de prévention des nuisances lumineuses (article L581-14-4 du Code de l'environnement).

Ainsi, le RLP de Creil soumet les enseignes situées derrière les vitrines à une plage d'extinction nocturne de 22h30 à 6h lorsque l'activité signalée a cessé et met en place une limitation de surface pour les dispositifs numériques situés derrière les vitrines.

Hôtel de Ville - Place François Mitterrand - BP 76 - 60109 Creil Cedex
Tél. 03 44 29 50 00 / Fax. 03 44 29 50 02 / www.creil.fr / info@mairie-creil.fr

Concernant l'extinction de l'éclairage intérieur des magasins, un arrêté existe et précise les modalités d'extinction : arrêté du 27 décembre 2018 relatif à la prévention, à la réduction et à la limitation des nuisances lumineuses.

Ces modalités ne peuvent pas être encadrées via le RLP.

Pour le maire et par délégation,



Sophie LEHNER
1^{ère} Adjointe

CONCLUSIONS

Tout, au cours de l'enquête publique a été mis en œuvre afin que les habitants puissent prendre connaissance du dossier et puissent s'exprimer.

En amont de l'enquête publique les services chargés du commerce dans la ville de Creil ont contacté individuellement les différentes activités commerciales. Il y a eu très peu de retour.

Le projet de RLP vise notamment à réglementer la publicité sous toutes ses formes au niveau des enseignes mais également celle des vitrines et cela afin de mettre un terme à des nuisances visuels, sans pour autant nuire au développement du commerce.

Pour ces raisons je donne un **avis Favorable** à ce RLP de la ville de CREIL 60 avec une recommandation concernant la vitrophanie (voir suite dans Avis motivé du CE).

Le Commissaire enquêteur

Chamant le 12 juillet 2023

Patrice LAINE

AVIS MOTIVE DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

PREPARATION ET DEROULEMNT DE L'ENQUÊTE

Commissaire-enquêteur : Monsieur Patrice LAINE, a été désigné en qualité de commissaire enquêteur par décision du Tribunal Administratif d'Amiens n°E230000042/80 en date du 21 avril 2023.

Le dossier d'enquête publique est constitué d'une version papier et une version dématérialisée.

Le dossier papier ainsi qu'un registre d'enquête ont été déposés pendant toute la durée de l'enquête aux jours habituels d'ouverture au public, à l'Hôtel de ville de Creil place François Mitterrand et dans les locaux du Service Urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

- Le dossier dématérialisé est consultable sur le site internet de la ville de Creil à l'adresse suivante : <http://www.creil.fr>.
- Pendant toute la durée de l'enquête, chacun pourra consigner ses observations et propositions, et les adresser au commissaire-enquêteur également par voie postale à M. le commissaire Enquêteur Hôtel de ville de Creil place François Mitterrand.
- A l'adresse mail elaborationrlp@mairie-creil.fr.
- Sur les registres d'enquête papier : les registres d'observations en papier, à feuillets non mobiles, et constitutifs du dossier d'enquête seront côtés et paraphés par le commissaire-enquêteur comme le reste du dossier.

Toute observation, courrier postal ou courriel, réceptionné après le 16 juin 2023 à 17h00 ne pourra pas être pris en considération par le commissaire enquêteur.

J'ai été à disposition du public pendant les deux permanences prévues à l'Atelier d'Urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

Mardi 30 mai 2023 de 14h00 à 17h00 et le vendredi 16 juin 2023 de 14h00 à 17h00 dans les locaux de l'Atelier d'Urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

La fréquentation a été nulle.

J'ai reçu deux mails :

-l'un de UPE(Union de la Publicité Extérieure) comprenant deux feuillets, en date du 9 juin 2023 émanant de M. Charles Henri DOUMERC, responsable juridique de l'UPE 2 rue Ste Lucie 75015 PARIS, mail ch.doumerc@upe.fr. (PJ 10)

-Le second de JC DECAUX en date du 14 juin 2023 émanant de Mme Sophie Cabrol responsable patrimoine IDF Nord et Grands Marchés Ile de France-19 quai du moulin de cage -92230 GENNEVILLERS, mail sophie.cabrol@jcdecaux.com. (PJ 10)

Un troisième mail de la CCIO est arrivé hors délais. Il comporte quelques remarques mais est favorable au projet.(PJ 14)

PUBLICITE

Cette enquête publique a bénéficié de tous les moyens de publicité légaux, soit affichage réglementaire par affiche format A2 de couleur jaune à l'hôtel de ville de Creil place François Mitterrand et à l'Atelier d'urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

Parutions dans deux quotidiens locaux, Le Parisien et Le Courrier Picard, 15 jours avant et une seconde parution pendant les 8 premiers jours de l'enquête.

Parutions dans le Courrier Picard les 12 mai et 31 mai 2023.

Parutions dans le Parisien les 12 mai et 31 mai 2023.

Attestations de parution en PJ07.

Un dossier papier et un registre d'enquête ont été déposés à l'hôtel de ville de Creil et à l'atelier d'urbanisme 49 rue Jules Juillet à Creil.

Le dossier dématérialisé particulièrement bien présenté pouvait être consulté sur le site internet de la ville de Creil <http://www.creil.fr>

En amont de l'enquête publique une période de concertation et de communication importante a été mise en place avec les commerçants et les diverses activités commerciales de la ville.

VISITE DES LIEUX

J'ai parcouru avant le début de l'enquête publique la totalité des différents secteurs de la commune touchés par le RLP, soit notamment les zones ZP1,ZP2 et ZP3 afin d'avoir une idée plus précise de la présence des différentes formes de publicité en fonction des secteurs de la ville.

LE PROJET DE RLP

En élaborant son Règlement local de publicité, la ville de Creil a souhaité réglementer l'ensemble de la publicité extérieure (publicités, enseignes et préenseignes) afin d'assurer la préservation de son patrimoine bâti et naturel dans le but de valoriser ses paysages et le cadre de vie de ses concitoyens.

Le règlement local de publicité de Creil s'est fixé par délibération du 24 juin 2019, les objectifs suivants :

- ☐ Garantir un cadre de vie de qualité pour les habitants, les visiteurs et les commerçants ;
- ☐ Développer l'attractivité des secteurs d'activités et commerçants de la ville ;
- ☐ Limiter l'impact des dispositifs publicitaires sur le cadre de vie en protégeant le patrimoine naturel et bâti ;
- ☐ Traiter les entrées de ville pour mieux maîtriser la publicité et les enseignes ;
- ☐ Adopter des règles d'extinction nocturne ;
- ☐ Adopter des dispositions plus respectueuses du cadre de vie ;
- ☐ Adapter les règles nationales aux caractéristiques du territoire de la ville ;
- ☐ Prendre en compte l'évolution des techniques d'affichage et de marketing publicitaire et anticiper

L'évolution de la ville.

L'ensemble de ces objectifs a pour vocation de permettre la construction d'un projet équilibré et conciliant les principes de conciliation entre liberté d'expression et liberté de commerce et d'industrie avec ceux de la protection du cadre de vie et des paysages.

Afin de remplir ces objectifs, la commune de Creil a retenu les orientations suivantes :

Orientation 1- Limiter le format et la densité des dispositifs publicitaires sur l'ensemble du territoire pour valoriser le patrimoine local naturel et bâti et les entrées de ville ;

Orientation 2 - Valoriser, notamment dans le périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartier, l'installation d'enseignes parallèles et perpendiculaires de qualité encadrant leur nombre, leur saillie et leur implantation et leur aspect ;

Orientation 3 : Interdire l'installation de certains enseignes particulièrement impactantes pour les paysages comme, les enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu, les enseignes sur balcon, sur auvent ou marquise, etc. ;

Orientation 4 : Limiter les dispositifs lumineux (publicités, enseignes et pré enseignes) y compris les dispositifs numériques ;

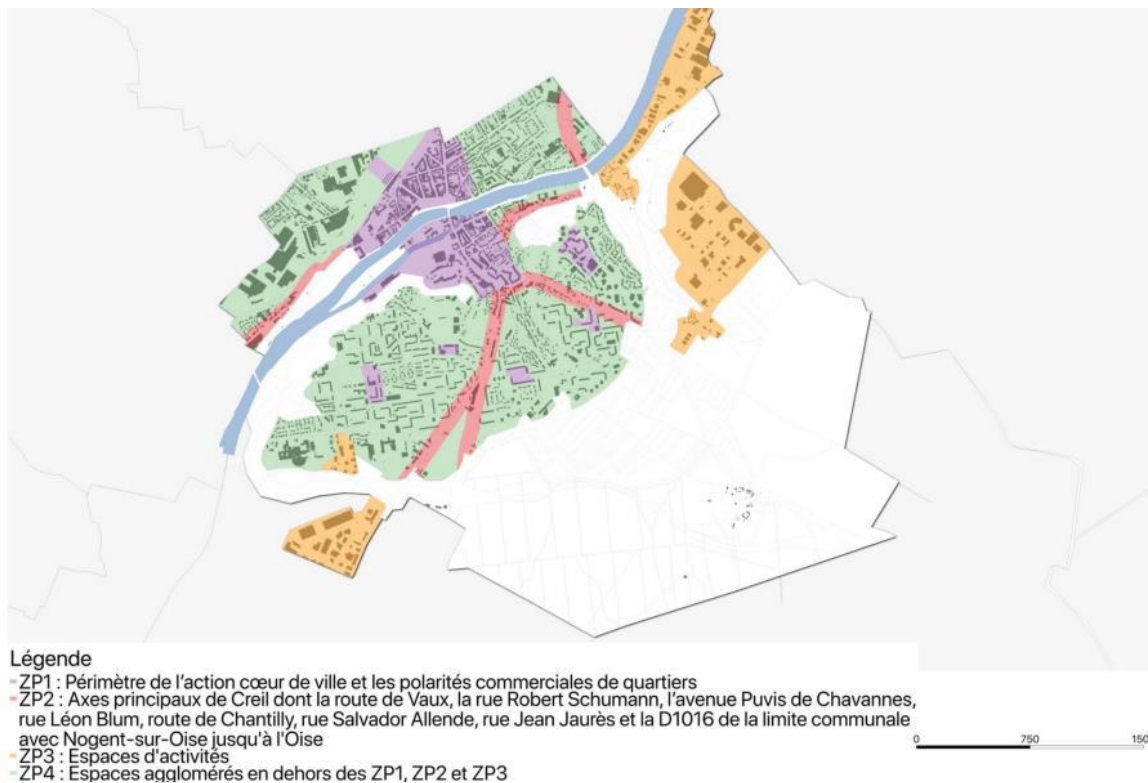
Orientation 5 : Réglementer strictement les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol en les limitant en encadrant en nombre, en format et/ou en hauteur ;

Orientation 6 : Encadrer les enseignes sur clôture en nombre et en surface ;

Orientation 7 : Renforcer la réglementation sur les enseignes temporaires.

Les caractéristiques principales du projet sont :

Le Zonage



En matière de zonage, le choix a été fait de mettre en place un zonage simple et en cohérence avec les caractéristiques et problématiques du territoire de Creil. Ainsi, les zones de publicités sont définies de la manière suivante :

- La zone de publicité n° 1 (ZP1) couvre le périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers ;
- La zone de publicité n° 2 (ZP2) couvre les axes principaux de Creil
- La zone de publicité n° 3 (ZP3) couvre les espaces d'activités de la commune ;
- La zone de publicité n°4 (ZP4) couvre les espaces agglomérés du territoire en dehors de la ZP1, ZP2 et ZP3.

1. En matière de publicités et de préenseignes

Dans la zone de publicité n°1 (périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers) et dans la zone de publicité n°4 (les espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3) la ville a souhaité autoriser de manière limitative la publicité.

Il est donc autorisé uniquement la publicité apposée sur mobilier urbain sur l'ensemble de la ZP1 et de la ZP4 dans la limite de 2m² et 3m de hauteur au sol.

De plus, les publicités lumineuses apposées sur les abris destinés au public doivent être éteintes entre 22h30 et 5h.

Dans la zone de publicité n°2 (axes principaux) et dans la zone de publicité n°3 (zones d'activités), la ville a interdit les publicités et pré enseignes sur toiture ou terrasse en tenant lieu et les publicités et pré enseignes sur clôture.

Pour limiter l'impact de ces supports, la commune a privilégié l'instauration de la règle de densité suivante :

- En ZP2 : une seule publicité autorisée par unité foncière dont le linéaire est d'au moins 20 mètres (en deçà de 20 mètres linéaires la publicité est interdite) ;
- En ZP3 : une seule publicité autorisée par unité foncière sans tenir compte du linéaire

Cette interdiction s'appuie sur la faible présence de ces publicités et préenseignes sur le territoire et leur caractère particulièrement impactant.

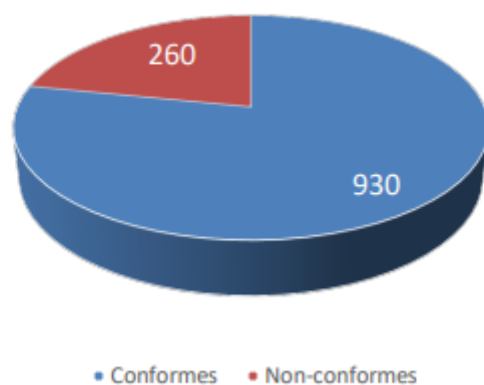
Par ailleurs, la publicité numérique est autorisée (y compris sur mobilier urbain) dans un format limité à 6m² et 6m de hauteur au sol.

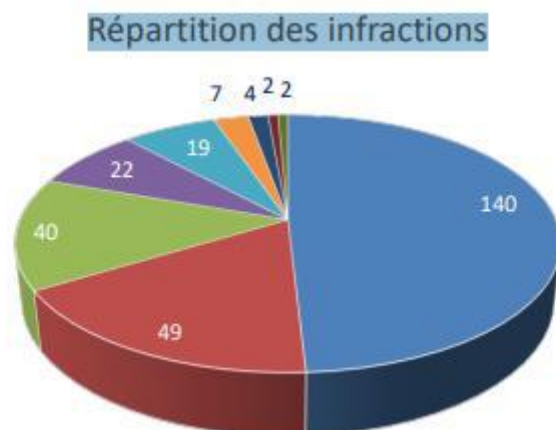
Enfin, toutes les publicités lumineuses y compris celles apposées sur le mobilier urbain sont soumises à la règle d'extinction nocturne.

Cette réglementation vise à respecter un équilibre entre la préservation du cadre de vie et la liberté de commerce et d'industrie.

Le diagnostic des enseignes a également permis de mettre en avant un certain nombre de dispositifs non conformes au Code de l'environnement. On constate que 260 dispositifs non conformes au Code de l'environnement ce qui représente 22% des enseignes de la commune de Creil. Certains dispositifs font l'objet de plusieurs infractions. On relève donc 260 dispositifs non-conformes pour 285 infractions réparties de la façon suivante :

Conformité des enseignes au Code de l'environnement





Répartition des infractions Façade saturée d'enseignes (R.581-63 C. env.) Plus d'une enseigne par voie bordant l'activité (R.581-64 C. env.) L'enseigne parallèle au mur dépasse des limites du mur ou de l'égout du toit (R.581-60 C. env.) Mauvais état d'entretien (R.581-58 C. env.) Enseigne supérieure à 6m² ou 12m² (R.581-65 C. env.) Enseigne scellée au sol ne respectant pas la limitation de hauteur de 6,5 ou 8m (R.581-65 C. env.) Enseigne installée à moins de H/2 de la limite de propriété (R.581-64 C. env.) L'enseigne perpendiculaire dépasse des limites du mur (R.581-61 C. env.) Non réalisée en lettres ou signes découpés, ou sans dissimulation des fixations (R. 581-62 C. env.)

2. En matière d'enseignes

Pour garantir à l'ensemble du territoire communal une égalité de traitement des enseignes et un cadre de vie protégé, les enseignes ne seront pas autorisées sur les arbres ou les plantations, sur les garde-corps de balcon ou balconnet, sur les auvents ou marquises, sur les toitures ou terrasses, sur les poteaux.

Les enseignes numériques ne seront autorisés que pour signaler un service d'urgence, une pharmacie ou une station-essence.

Les enseignes lumineuses installées à l'intérieur des vitrines, limitées à 1 seule par activité et 2m² maximum, sont soumises à la plage d'extinction nocturne entre 22h30 et 6h.

Ces règles permettent de privilégier une meilleure intégration des enseignes et une protection du patrimoine bâti sur l'ensemble de la commune.

Dans la zone de publicité n°1 (périmètre de l'action cœur de ville et les polarités commerciales de quartiers), les enseignes réalisées en lettres ou signes découpés, ou peintes

installées en façade ne doivent pas dépasser le niveau du plancher du 1er étage dans les limites latérales de la devanture de l'activité.

Les enseignes perpendiculaires doivent être alignées à l'enseigne parallèle.



Commerces dont la façade est saturée d'enseignes, mars 2021, Creil.

Enfin, les enseignes installées sur les baies (vitrophanies) sont autorisées uniquement s'il s'agit d'un lettrage (les images sont interdites). Elles sont également limitées en format à 1m² unitaire, sans excéder 1/10ème de la surface de la façade commerciale.

Les enseignes sur store-banne sont autorisées uniquement sur le lambrequin.

L'objectif de ces règles est de ne pas dénaturer l'architecture des bâtiments sur lesquels les enseignes sont apposées et valoriser ce secteur à forte dominance patrimoniale.

La collectivité souhaite donc privilégier des enseignes qualitatives sur son territoire.

Les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont interdites

Les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont quant à elles autorisées mais limitées à une par voie bordant l'activité et 1,2 mètre de hauteur au sol.

Les enseignes sur clôture sont interdites.

Dans les autres zones de publicité (ZP2, ZP3 et ZP4), l'enseigne parallèle au mur ne doit pas dépasser le niveau du plancher du 1er étage dans les limites latérales de la devanture de l'activité, ses dimensions sont réglementées

Les enseignes perpendiculaires doivent être alignées à l'enseigne parallèle.

Par ailleurs, les règles concernant les enseignes installées sur les baies (vitrophanies) et les enseignes sur store-banne sont identiques à celles de la ZP1.

Les enseignes inférieures ou égales à un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans les ZP2, ZP3 et ZP4 dans les mêmes conditions qu'en ZP1.

Dans les ZP2 et ZP3, les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont autorisées dans la limite de 6m² et 6m de hauteur au sol. En ZP4 et hors agglomération, ces enseignes sont interdites.

Les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement si l'activité n'est pas visible depuis la voie publique dans la limite de 2m² et d'une seule par voie bordant l'activité.

Dans la zone de publicité n°4 (espaces agglomérés en dehors de la ZP1 à ZP3), les enseignes sur clôture sont autorisées uniquement si l'activité n'est pas visible depuis la voie publique dans la limite de 1m² et d'une seule par voie bordant l'activité.

Les enseignes temporaires sont soumises aux mêmes règles que les enseignes permanentes, à l'exception des enseignes temporaires de plus de 3 mois signalant des travaux publics ou des opérations immobilières.

L'ensemble de ces règles a été établi de manière cohérente en fonction des besoins des acteurs économiques et des enjeux de chacune des zones afin de concilier la valorisation du cadre de vie de la commune et les besoins de visibilité des acteurs économiques locaux.

La population, les commerçants, les entreprises ainsi que les personnes publiques ont été associées à l'élaboration du projet et ont pu exprimer leurs observations et propositions permettant ainsi de faire évoluer le projet désormais abouti.

CONCLUSION

Il n'y a aucune opposition majeure vis-à-vis de ce projet.

Le dossier et les différentes études contenues sont détaillés.

Le projet répond aux objectifs, une réglementation plus contraignante que le Règlement National de Publicité mais mieux adapté au contexte local, pouvoir de police du Maire directement au contact, protection de l'environnement du cadre de vie avec moins de nuisances visuelles et protection de l'activité commerciale.

Mes visites sur le terrain, l'aspect réglementaire respecté, la publicité et les moyens offerts au public de s'exprimer ont été offerts à chacun, l'absence d'opposition, mon sentiment personnel, m'amènent à donner un **Avis Favorable** à ce projet de Règlement Local de Publicité de la ville de CREIL 60, assorti d'une **Recommandation quant à l'utilisation de la vitrophanie**.

Elle peut avoir un effet visuel impactant de l'extérieur mais elle peut servir à l'intérieur à créer un espace clos, je pense à une « salle de classe » pour une auto-école comme sur la photo ci-dessus, ou d'autres utilités, donc apprécier au cas par cas la nécessité d'une telle publicité afin de concilier la protection de l'environnement et l'activité commerciale.

Chamant le 12 juillet 2023

Le Commissaire Enquêteur

Patrice LAINE

19-P. JOINTES

1-Rapport d'enquête

2-Avis motivé du Commissaire Enquêteur

3-Demande de désignation du CE

4-Désignation du CE

5-Déclaration sur l'honneur

6-Arrêté d'ouverture de l'enquête

7-Attestations de parution

8-Avis PPA

9-PV de synthèse et Mémoire en réponse

10-Courriers JC Decaux et UPE

11-Note de présentation non technique

12-Textes régissant l'EP

13- à l'attention du Tribunal Administratif (Note de frais et documents afférents)

14-Avis/mail CCIO hors délais

15-Arrêté du projet RLP + bilan concertation