

**ENQUETE PUBLIQUE SUR LE PROJET DE REVISION DU REGLEMENT
LOCAL DE PUBLICITE DE LA VILLE DE VELIZY VILLACOUBLAY**

RAPPORT ET CONCLUSIONS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR

**Alain RISPAL
Commissaire enquêteur**

SOMMAIRE

RAPPORT

1. GENERALITES Pages 5 à 17
 - 1.1. Préambule
 - 1.2. Objet de l'enquête
 - 1.3. Cadre juridique et réglementaire
 - 1.4. Nature et caractéristiques du projet
 - 1.4.1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes
 - 1.4.2. Les choix retenus en matière d'enseignes
 - 1.5. Composition du dossier

2. ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE Pages 18 à 23
 - 2.1. Désignation du commissaire enquêteur
 - 2.2. Modalités de l'enquête
 - 2.2.1. Rôle du commissaire enquêteur dans la préparation et l'organisation de l'enquête
 - 2.2.2. Visite des lieux
 - 2.3. Information effective du public
 - 2.3.1. Publicité légale de l'enquête dans la presse, par voie d'affichage et dématérialisée
 - 2.3.2. Autres actions d'information du public réalisées par le maître d'ouvrage
 - 2.3.3. Mise à disposition du dossier d'enquête
 - 2.4. Incidents relevés au cours de l'enquête
 - 2.5. Climat de l'enquête
 - 2.6. Clôture de l'enquête et modalités de transfert des dossiers et registres
 - 2.7. Notification du procès-verbal des observations et mémoire en réponse
 - 2.8. Relation comptable des observations et principaux thèmes
 - 2.8.1. Relation comptable des observations
 - 2.8.2. Principaux thèmes

3. ANALYSE DES OBSERVATIONS Pages 23 à 68
 - 3.1. Détail des observations du public pendant l'enquête
 - 3.2. Avis des personnes publiques associées
 - 3.3. Questions du commissaire enquêteur
 - 3.4. Synthèse des observations et réponses apportées

CONCLUSIONS MOTIVEES ET AVIS DU COMMISSAIRE ENQUETEUR SUR LE PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE

Pages 69 à 77

PIECES JOINTES

- N° 1 : Arrêté municipal de lancement de la procédure d'élaboration du PLU ;
- N° 2 : Décision de nomination du commissaire enquêteur par le tribunal administratif ;
- N° 3 : Arrêté municipal prescrivant l'enquête publique ;
- N° 4 : Annonce dans la rubrique « annonces judiciaires et légales 78 » du Parisien ;
- N° 5 : Annonce dans la rubrique « annonces judiciaires et légales 78 » du Courrier des Yvelines ;
- N° 6 : Affiche réglementaire d'avis au public ;
- N° 7 : Photo de l'affiche sur le panneau d'affichage administratif devant la mairie ;
- N° 8 : Constat d'affichage
- N° 9 : Captures d'écran de l'information faite sur le site internet de la commune ;
- N° 10 : Information dans le journal municipal ;
- N° 11 : Procès-verbal de synthèse ;
- N° 12 : Mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse.

RAPPORT

RAPPORT

1. GENERALITES

1.1. Préambule

La commune de Vélizy-Villacoublay, avec une population d'environ 22 000 habitants, est située dans le département des Yvelines.

Elle appartient, depuis le 1^{er} janvier 2016, à la Communauté d'Agglomération Versailles Grand Parc qui regroupe dix-huit communes (dix-sept dans les Yvelines, une dans l'Essonne).

La ville de Vélizy-Villacoublay est à trois kilomètres à l'est de Versailles et à une quinzaine de kilomètres de Paris intra-muros.

La superficie de la commune est de 893 hectares ; l'altitude varie entre 102 et 179 mètres.

Elle est située sur un plateau dominant Paris et bénéficie donc d'une altitude privilégiée. Environ 313 hectares de forêt domaniale (domaine forestier de Meudon) couvrent une partie du territoire de la commune et offrent aux Véliziens de grands espaces naturels.

Elle est composée de six quartiers d'habitation : Mozart, le Clos, le Mail, Louvois, la Pointe Ouest et Vélizy-le-Bas (avec l'Ursine et le Bocage) jouxtant la commune de Chaville.

La commune est desservie sur le plan routier par l'A86, par la RN 118 et la RN 12 et sur le plan des transport en commun par le RER C à la gare de Chaville - Vélizy, sur la commune de Viroflay. Le Tramway T6 traverse l'ensemble de la commune avec 7 stations disposées sur le territoire. Des lignes de bus viennent compléter la desserte.

Ville industrielle et pôle d'affaires, accueillant de nombreux sièges sociaux d'entreprises, elle constitue la partie nord du pôle scientifique et technologique Paris-Saclay, en cours d'aménagement depuis 2010.

Elle comprend également un important pôle commercial constitué par les centres commerciaux Westfield Vélizy 2, L'Usine Mode et Maison et Art de Vivre. La base aérienne 107 Villacoublay est également sur le territoire de la commune.

La commune est couverte par un Règlement Local de Publicité, ancien, qui nécessite d'être révisé.

La présente enquête porte donc sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP).

1.2. Objet de l'enquête

L'objet de l'enquête est de recueillir les avis et observations du public sur le projet de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de la ville de Vélizy-Villacoublay.

Le RLP actuel, datant de 1997 est inadapté aux évolutions législatives, réglementaires et urbanistique. Il devient caduc en 2020. La commune veut se préserver d'implantations publicitaires peu qualitatives, compte tenu de son paysage relativement épargné actuellement.

Au-delà de la réglementation en vigueur, il apparaît d'autres problématiques en matière de publicité que seule la mise en place d'un RLP pourra appréhender.

- Enjeu n°1 : Préserver des espaces où la publicité extérieure est peu présente (espaces résidentiels notamment) ;
- Enjeu n°2 : Améliorer l'image de la commune en réduisant la pression publicitaire aux abords des entrées de villes et des zones d'activités économiques tout en permettant aux professionnels de se signaler efficacement ;
- Enjeu n°3 : Conforter la place du mobilier urbain publicitaire dans le paysage de la commune ;
- Enjeu n°4 : Restreindre la densité des enseignes en façades ;
- Enjeu n°5 : Encadrer l'impact des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol sur le paysage ;
- Enjeu n°6 : Réglementer la place des dispositifs lumineux et notamment les dispositifs numériques ;
- Enjeu n°7 : Veiller à la bonne intégration des enseignes temporaires.

Le projet de RLP vise donc les objectifs suivants :

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire notamment la Loi n° 2010-788 portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ;
- Adapter la réglementation nationale pour tenir compte de l'environnement urbain, architectural et paysager du territoire communal ;

- Préserver la qualité des paysages véliziens actuellement peu impactés par la publicité extérieure notamment au sein des secteurs à dominante résidentielle de l'agglomération ;
- Améliorer l'image de la Commune en réduisant la pression publicitaire aux abords des entrées de ville et des zones d'activités économiques tout en permettant aux professionnels de se signaler efficacement ;
- Conforter l'attractivité et donc l'activité des commerces de proximité par l'utilisation d'une signalétique appropriée susceptible de ne pas dégrader l'harmonie architecturale du tissu urbain.
- Encadrer l'évolution technologique de l'affichage publicitaire (dispositifs lumineux et notamment numériques) dans un souci de préservation de l'environnement et de développement durable (lutte contre la pollution visuelle excessive et les dispositifs énergivores en particulier),



Plan de la ville de Vélizy-Villacoublay

1.3. Cadre juridique et règlementaire

La présente élaboration du PLU doit notamment prendre en compte :

Le code général des collectivités territoriales ;

Le code de l'urbanisme ;

Le code de l'environnement.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) actuel a été approuvé le 1^{er} octobre 1997.

Le conseil municipal a prescrit, en date 26 juin 2019, la révision du RLP.

Les grandes orientations, du projet de RLP, ont été présentées et un débat s'est tenu lors de la séance du conseil municipal du 25 septembre 2019.

Lors de la séance du conseil municipal du 18 décembre 2019, une concertation s'est tenue sur le projet de RLP. A la suite de cela, il a été arrêté durant la même séance.

La Commission Départementale de la Nature, de Paysages et des Sites, dans sa séance du 18 février 2020, a émis un avis favorable.

La Direction départementale des territoires a émis, le 24 janvier 2020, un avis favorable assorties de réserves.

Un arrêté prescrivant l'enquête publique a été pris le 27 juillet 2020.

1.4. Nature et caractéristiques du projet

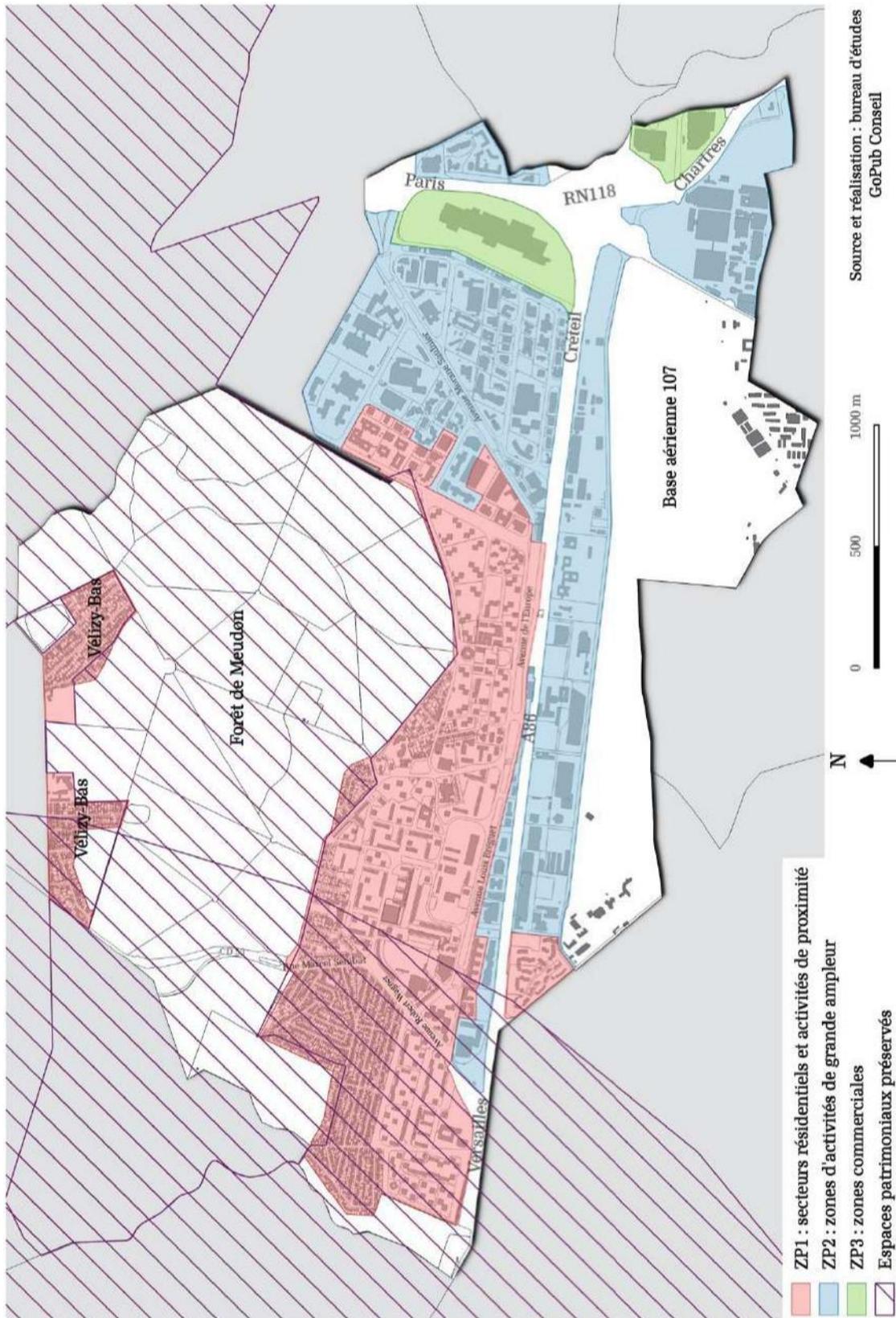
Afin de répondre aux objectifs qu'elle s'est fixée, en matière de publicité, la Commune s'est fixée des orientations qui ont été débattues et actées par le Conseil municipal lors de sa séance du 25 septembre 2019 :

- Orientation 1 : réduire l'implantation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol (publicités, pré-enseignes et enseignes) qui peuvent avoir un impact important sur le paysage de la Commune ;
- Orientation 2 : restreindre la réglementation applicable aux publicités sur mur ou clôture ;
- Orientation 3 : encadrer l'implantation de dispositifs numériques (publicités, pré-enseignes et enseignes) ;
- Orientation 4 : renforcer la plage d'extinction nocturne des dispositifs lumineux ;
- Orientation 5 : restreindre la réglementation applicable aux enseignes perpendiculaires ;
- Orientation 6 : accompagner l'implantation des enseignes temporaires ;
- Orientation 7 : conforter les règles applicables à la publicité supportée par le mobilier urbain pour maintenir la qualité des paysages ;
- Orientation 8 : conserver l'interdiction relative de publicité à l'intérieur des sites naturels inscrits et du périmètre délimité des abords du Domaine national de Versailles et du Trianon.

1.4.1. Les choix retenus en matière de publicités et pré-enseignes

En matière de publicités et pré-enseignes, trois zones de publicité sont instituées sur le territoire communal. Elles couvrent l'ensemble des zones agglomérées de la commune.

Ces zones sont définies sur le plan ci-après :



Plan de zonage du Règlement Local de publicité

Ces trois zones de publicités se découpent de la manière suivante :

- La zone de publicité n°1 (ZP1) couvre les secteurs à vocation majoritairement résidentielle de l'ouest, du centre et du nord de la commune (quartiers Mozart, Le Mail, Louvois, Europe, le Village, le Clos, Vélizy-Bas, la Pointe Ouest) ; elle est figurée par les zones rouges de la carte ci-dessus ;
- La zone de publicité n°2 (ZP2) couvre les zones d'activités économiques de grande ampleur situées le long de l'autoroute A 86 et à l'est de la commune (Inovel Parc Nord et Sud, centre technique PSA, ...) ; elle est représentée par les zones bleues de la carte ci-dessus ;
- La zone de publicité n°3 (ZP3) couvre les emprises des trois grands centres commerciaux (Vélizy 2, L'Usine Mode et Maison et La Maison Villacoublay) ; elle est représentée par les zones vertes de la carte ci-dessus.

A l'intérieur de ces trois zones de publicités, la plage d'extinction des publicités et pré-enseignes sera renforcée entre 23 heures et 6 heures pour limiter la pollution visuelle et faire des économies d'énergie. Cette disposition ne s'appliquera pas aux dispositifs éclairés par projection ou transparence supportés par le mobilier urbain compte tenu de sa fonction de service public rendu aux habitants du territoire (extinction de minuit à six heures).

Par ailleurs, au sein de ces trois zones, les publicités ou pré-enseignes seront interdites sur les murs ou clôtures mais aussi les toitures ou terrasses en tenant lieu ainsi que sur les bâches.

En ZP1, seules les publicités et pré-enseignes supportées à titre accessoire par le mobilier urbain seront autorisées.

Une dérogation est en outre introduite dans les parties agglomérées du périmètre délimité des abords du Domaine national de Versailles et de Trianon afin de permettre le mobilier urbain supportant de la publicité. Les autres formes de publicités et pré-enseignes demeurent interdites conformément à l'article L. 581-8 du Code de l'environnement.

Cette zone étant essentiellement à vocation résidentielle, l'objectif recherché est avant tout de conforter des espaces préservés de la pression publicitaire tout en autorisant la signalisation des activités dispersées dans le tissu urbain d'où le choix d'une exposition minimale à ces implantations.

En ZP2, seules seront autorisées la publicité supportée à titre accessoire par le mobilier urbain ainsi que les dispositifs publicitaires ou pré-enseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol.

Dans le cas du mobilier urbain, les règles sont celles du Code de l'Environnement excepté pour le mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques qui sera limité à 6 mètres de hauteur et ne pourra excéder une surface unitaire d'affiche de 8 mètres carrés (contre 12 mètres carrés et 6 mètres de hauteur dans le Code de l'Environnement) afin d'en limiter l'impact paysager.

Par ailleurs, les dispositifs publicitaires ou pré-enseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol seront autorisés dans la limite de 8 mètres carrés de surface maximale d'affiche (10,50 mètres carrés de surface « hors tout ») et 6 mètres de hauteur (contre 12 mètres carrés et 6 mètres de hauteur dans le Code de l'Environnement). Ils devront en outre être mono-pied et s'ils disposent d'une face non exploitée visible d'une voie ouverte à la circulation publique ou d'une propriété voisine, celle-ci devra être revêtue d'un habillage dissimulant la structure du panneau.

Le but premier de ces dispositions est d'assurer une meilleure insertion paysagère de ce type de support.

La publicité numérique ne sera autorisée que dans un format réduit. Elle ne pourra excéder 2 mètres carrés de surface unitaire d'affiche (2,90 mètres carrés de surface « hors-tout ») ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol. Cela permettra de limiter la pollution lumineuse et faire des économies d'énergie.

Cette disposition ne s'appliquera pas aux publicités et pré-enseignes supportées à titre accessoire par le mobilier urbain compte tenu de sa fonction de service public rendu aux habitants du territoire (limitées à 6 mètres de hauteur et une surface unitaire d'affiche de 8 mètres carrés).

La densité publicitaire sera limitée avec la possibilité d'implanter un seul dispositif d'affichage par unité foncière disposant d'un linéaire supérieur à 50 mètres en ZP2 alors que cette possibilité sera élargie en ZP3 pour les centres commerciaux (deux dispositifs de 2 m² et un dispositif de 8 m² par tranche complète de 250 mètres linéaire).

Le but de ces choix est d'une part d'éviter les entrées de ville saturées de publicités ou pré-enseignes et d'autre part de maintenir la qualité observée par ailleurs.

1.4.2. Les choix retenus en matière d'enseignes

En matière d'enseignes, les règles retenues par la commune concernent, sauf mention contraire, l'ensemble du territoire communal, y compris hors agglomération.

Pour éviter des implantations peu qualitatives en matière de paysage, les enseignes seront interdites sur :

- Les arbres ;
- Les auvents ou marquises ;
- Les garde-corps de balcon ou balconnet ;
- Les clôtures.

Partout, les enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade d'une même activité et doivent être implantées au même niveau que l'enseigne parallèle, le but étant de ne pas surcharger les façades avec ce type d'enseignes. La saillie sera par ailleurs limitée à 80 centimètres maximum contre 2 mètres dans le Code de l'Environnement afin ne pas avoir de dispositif débordant trop sur le domaine public et fermant le paysage.

En ZP1, afin de concilier le confortement d'une centralité dynamique dotée d'un tissu dense de commerces et services de proximité tout en assurant le respect de la qualité architecturale du patrimoine bâti, le règlement tend à normaliser les enseignes parallèles au mur en encadrant la nécessaire visibilité des marques.

Ainsi aucun de ces commerces et services de rez-de-chaussée ne pourra disposer d'enseignes implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage, leur surface cumulée sera limitée (au maximum 15% de la surface de la façade commerciale) et leur hauteur encadrée à 50 centimètres.

En outre, pour limiter les nuisances lumineuses, seul un éclairage indirect de ces enseignes sera autorisé.

Enfin, les enseignes sur toiture seront interdites et les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol seront fortement encadrées (limite en surface unitaire à 2 m², en hauteur au sol à 3 mètres et en épaisseur à 30 centimètres) afin de ne pas nuire à l'harmonie des paysages urbains.

En ZP2, les enseignes parallèles au mur seront obligatoirement constituées de lettres découpées à face pleine et leur hauteur est limitée à 15% de la hauteur de la façade commerciale avec un maximum de 2 mètres ceci afin de préserver la lecture architecturale des bâtiments sur lesquelles elles se positionnent.

En ZP2 comme en ZP3, les enseignes sur toiture seront encadrées afin que l'impact paysager soit limité : elles devront notamment être constituées de lettres ou de signes découpés dissimulant leurs fixations et implantées au plus près de l'acrotère ou du plan de toiture.

En toute zone, on rappelle que les enseignes de plus d'un mètre carré scellées au sol ou installées directement sur le sol sont limités en nombre à un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. En outre, en ZP2 comme en ZP3, elles ne pourront avoir une surface unitaire excédant 10 mètres carrés (contre 12 mètres carrés dans la réglementation nationale) ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol. Le but de ce choix est de privilégier des formats verticaux de type « totem » plutôt que des panneaux très larges fermant d'autant plus le paysage. L'épaisseur de cette enseigne sera par ailleurs limitée à 40 centimètres.

Les enseignes de moins d'un mètre carré ou égale à un mètre carré, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne sont pas encadrées par la réglementation nationale. La commune a donc fait

le choix, en toute zone, de limiter leur nombre à une seule placée le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée. Par ailleurs, pour ne pas avoir trop d'impact sur le paysage, leur hauteur sera limitée à 1,20 mètre au-dessus du niveau du sol et leur largeur ne pourra excéder 80 centimètres.

Par souci d'harmonisation avec la plage d'extinction nocturne des publicités et pré-enseignes lumineuses, les enseignes lumineuses seront éteintes entre 23 heures et 6 heures lorsque l'activité signalée a cessé. Ce choix vise autant à limiter la pollution lumineuse qu'à faire des économies d'énergie.

Les enseignes numériques seront limitées à une seule par unité foncière dans la limite de huit mètres carrés de surface unitaire et même dans le cas où plusieurs activités s'exercent sur une même unité foncière un seul support sera admis afin de limiter les éventuelles nuisances à la qualité du cadre de vie et des paysages.

Enfin, les enseignes temporaires devront respecter des prescriptions identiques aux enseignes « permanentes » dans un but double de protection du cadre de vie et des paysages véliziens mais aussi d'équité de tous les acteurs économiques locaux.

1.5. Composition du dossier

La composition du dossier était la suivante :

- Arrêté prescrivant l'enquête publique
- Dossier du projet de règlement local de publicité
 - o Tome 1 : Rapport de présentation
 - o Tome 2 : Partie réglementaire
 - o Tome 3 : Annexes
- Règlement local de publicité actuellement en vigueur
- Bilan de la concertation
- Délibération de mise en révision du règlement local de publicité
- Délibération sur les orientations générales du règlement local de publicité
- Délibération tirant le bilan de la concertation
- Délibération arrêtant le projet de règlement
- Publications dans la presse
- Avis d'enquête publique
- Rapport de constatation d'affichage
- Registre d'enquête
- Avis des personnes publiques associées :
 - o Direction départementale des territoires : réserves
 - o Commission départementale de la nature, des paysages et des sites : avis favorable

2. ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUETE

2.1. Désignation du commissaire enquêteur

La Présidente du tribunal administratif de Versailles, Madame Nathalie MASSIAS, a désigné en date du 11 mars 2020, décision n°E20000017/78, Monsieur Alain RISPAL en qualité de commissaire enquêteur.

2.2. Modalités de l'enquête

2.2.1. Rôle du commissaire enquêteur dans la préparation et l'organisation de l'enquête

En raison de la phase de confinement du 1^{er} semestre 2020, le démarrage de l'enquête a été reportée en septembre.

Un arrêté municipal prescrivant l'enquête publique sur la révision du Règlement Local de Publicité, a été pris en date du 27 juillet 2020. Il fixe une période d'enquête allant du 14 septembre, 8 heures 30, au 14 octobre 2020, 17 heures.

Le dossier d'enquête, transmis en mars 2020, a fait l'objet d'une étude attentive et approfondie de la part du commissaire enquêteur. Il a suscité des demandes de compléments et précisions, lors de la réunion préalable avec le maître d'ouvrage.

Le dossier présenté au public, bien que parfois un peu complexe sur l'aspect réglementaire, était complet après quelques rajouts lors du démarrage de l'enquête.

Une réunion préalable avec le maître d'ouvrage s'est tenue, le lundi 6 juillet 2020, pour échanger sur le dossier et définir les modalités pratiques de l'enquête.

2.2.1.1 Réunion préalable avec le maître d'ouvrage

A cette réunion participaient le commissaire enquêteur et le Directeur de l'urbanisme, Monsieur Marc Villemin.

Lors de celle-ci, à la suite de l'étude préalable du dossier, le commissaire enquêteur a été amené à demander des précisions et compléments sur les points suivants :

- Le dossier ne comporte pas la délibération prescrivant la mise en révision et celle sur le débat d'orientation.

Réponse du maître d'ouvrage : Ces documents seront rajoutés dans le dossier présenté à l'enquête.

- Le projet de plan de zonage est dans un format (A4), qui rend difficile sa lecture.

Réponse du maître d'ouvrage : Un plan au format A3 sera mis dans le dossier présenté à l'enquête.

- Une étude a-t-elle été faite sur l'impact du projet de RLP par rapport au RLP actuel ?

Réponse du maître d'ouvrage : Non, mais ce projet définit des règles plus contraignantes.

2.2.1.2. Modalités pratiques de l'enquête :

L'enquête, d'une durée de 31 jours consécutifs, du 14 septembre, 8 heures 30, au 14 octobre 2020, 17 heures s'est déroulée à la mairie de Vélizy-Villacoublay, 2 place de l'Hôtel de Ville 78146 VELIZY-VILLACOUBLAY.

Conformément à l'arrêté municipal du 27 juillet 2020, le dossier d'enquête a été à disposition du public, en mairie et sur le site de la commune, pendant la période d'enquête.

Les jours et heures de réception du public, par le commissaire enquêteur, ont été définis comme suit :

- Lundi 14 septembre, de 9h00 à 12h00
- Mardi 22 septembre, de 16h00 à 19h00
- Samedi 3 octobre, de 9h00 à 12h00
- Mercredi 14 octobre, de 14h00 à 17h00.

Ces jours et créneaux horaires ont été choisis afin de permettre au public de rencontrer plus facilement le commissaire enquêteur.

Les observations pouvaient être consignées :

- Sur le registre d'enquête papier

Ou envoyées :

- Soit par courriel à l'adresse "revisionRLP@velizy-villacoublay.fr"
- Soit par courrier à l'attention du commissaire enquêteur à l'adresse de la mairie.

Un registre d'enquête a été paraphé le lundi 14 janvier 2020, en début d'enquête.

2.2.2. Visite des lieux

Une visite des lieux a été effectuée, le lundi 6 juillet 2020, par le commissaire enquêteur et le Directeur de l'urbanisme. Cela a permis de se rendre compte visuellement et concrètement des différents lieux caractéristiques de la commune, des contraintes liées au territoire ainsi que des enjeux de celui-ci. Durant cette visite de nombreux compléments d'informations ont été fournis par le Directeur de l'urbanisme.

Durant l'enquête, à plusieurs reprises, le commissaire enquêteur s'est rendu de nouveau sur certains secteurs afin de vérifier des points particuliers.

2.3. Information effective du public

L'information du public a été faite au-delà de la publicité légale, détaillée au paragraphe 2.3.2 ci-après.

2.3.1. Publicité légale de l'enquête dans la presse, par voie d'affichage et dématérialisée

- Publication d'une annonce dans la rubrique « annonces judiciaires et légales 78 » du Parisien les samedi 29 août et 19 septembre 2020.
- Publication d'une annonce dans la rubrique « annonces judiciaires et légales » du Courrier des Yvelines les mercredi 26 août et 16 septembre 2020.
- Communication sur le site internet de la commune de l'avis d'enquête.
- Apposition sur les panneaux administratifs de la commune de l'affiche réglementaire d'avis au public.

2.3.2. Autre action d'information du public réalisée par le maître d'ouvrage

- Encart dans le journal municipal de septembre, dans la rubrique actualités, d'une information sur la tenue de l'enquête publique avec rappel des dates et des permanences du commissaire enquêteur.

2.3.3. Mise à disposition du dossier d'enquête

Le dossier d'enquête a été mis à disposition du public de la façon suivante :

- Sous format papier, dans la salle de la mairie, à proximité de l'accueil.
- Accessible dans le hall de la mairie sur un poste informatique (à partir du 16 septembre).
- Sur le site de la commune.

2.4. Incidents relevés au cours de l'enquête

Il n'y a pas eu d'incident majeur perturbant le bon déroulement de l'enquête mais plutôt des dysfonctionnements par rapport au respect des règles sur le bon déroulement d'une enquête publique. A savoir :

- Site internet de la ville : Non accessible le lundi 14 septembre matin
- Rajouts de pièces dans le dossier papier :
 - o Délibération de mise en révision du règlement local de publicité le 14 septembre à 11 heures.

- Délibération sur les orientations générales du règlement local de publicité le 14 septembre à 11 heures.
- Avis de la Direction départementale des territoires le 14 septembre à 10 heures 30.
- Avis de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites le 14 septembre à 10 heures 30.
- Rajout sur le site internet
 - Délibération de mise en révision du règlement local de publicité le 15 septembre.
 - Délibération sur les orientations générales du règlement local de publicité le 15 septembre.
 - Avis de la Direction départementale des territoires le 15 septembre.
 - Avis de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites le 15 septembre.
 - Annonces passées dans la presse le 22 septembre.
- Absence de poste informatique en mairie pour consulter le dossier d'enquête le 14 septembre à l'ouverture de l'enquête. Ce manquement est rectifié le 16 septembre.

Tous ces points ont été constatés par le commissaire enquêteur et ont fait l'objet systématiquement d'une demande de rectification oral ou par mail, de sa part.

2.5. Climat de l'enquête

L'enquête s'est déroulée dans un climat serein. Une salle était à disposition pour les permanences du commissaire enquêteur et un protocole sanitaire était en place. Le personnel a fait preuve de disponibilité et a répondu de manière satisfaisante aux différentes demandes.

Les contacts avec le public ont été tous empreints de cordialité et ont permis de répondre aux interrogations, tout en facilitant leur prise de connaissance du dossier.

2.6. Clôture de l'enquête et modalités de transfert des dossiers et registres

Deux registres papier ont été utilisés pour les besoins de l'enquête. Ils ont été clos le mercredi 14 octobre 2020 à 17 heures, et emmené par le commissaire enquêteur.

2.7. Notification du procès-verbal des observations et mémoire en réponse

Le procès-verbal d'enquête, intégrant toutes les observations, a été remis en main propre à Monsieur Villemin, Directeur de l'urbanisme, le lundi 19 octobre 2020, ainsi que les registres papier d'enquête et les observations courriers et courriels. Il a été signé, en double exemplaire, par Monsieur Villemin et le commissaire enquêteur, ce même jour.

Lors de cette rencontre, un point a été fait sur le déroulement de l'enquête, les contributions et observations du public ainsi que sur les questionnements du commissaire enquêteur. Le lendemain, le fichier du procès-verbal a été adressé par mail au maître d'ouvrage afin de lui faciliter l'établissement du mémoire en réponse.

Le mémoire en réponse, communiqué par mail, a été reçu par le commissaire enquêteur le lundi 02 novembre 2020.

2.8. Relation comptable des observations et principaux thèmes

2.8.1. Relation comptable des observations

Lors des permanences 3 personnes se sont présentées selon la répartition suivante :

- Samedi 3 octobre : 1 personne
- Mercredi 14 octobre : 2 personnes

Deux registres d'enquête ont été utilisés, dans lesquels ont été insérés les observations reçues par courriel et courrier.

Leur dénombrement s'établit comme suit :

- 14 contributions par courriel ;
- 1 contribution manuscrite remise en main propre lors d'une permanence.

Par ailleurs, aucune contribution orale n'a été reçue par le commissaire enquêteur.

En résumé 15 contributions ont été reçues durant l'enquête, générant un total de 43 observations.

Une observation envoyée par courrier et reçue en mairie le 15 octobre 2020, n'a pas été comptabilisée, car arrivée hors délai.

2.8.2. Principaux thèmes

Chaque contribution, qui comporte parfois plusieurs observations, a été intégrée dans le registre papier. Les contributions ont été numérotées en fonction de leur date et heure d'arrivée.

Les différentes observations ont été regroupées par thèmes et sous thèmes, pour en faciliter la lecture et les réponses. Le numéro de contribution est rappelé avant chaque observation.

Ces thèmes sont les suivants :

- Considérations générales	10	observations
- Panneaux publicitaires lumineux et numériques	8	observations
- Enseignes en zone pavillonnaire	2	observations
- Règlement	21	observations
- Divers	2	observations

3. ANALYSE DES OBSERVATIONS

Le maître d’ouvrage, dans son mémoire en réponse au procès-verbal de synthèse, a répondu, de façon détaillée à chacune des observations et questions formulées par le public, aux réserves émis par la personne publique associée ainsi qu’aux questions du commissaire enquêteur. Dans cette partie, chaque observation est reprise, suivie de la réponse du maître d’ouvrage et du commentaire du commissaire enquêteur.

3.1. Détail des observations du public pendant l’enquête

DÉTAIL DES OBSERVATIONS EN FONCTION DES THÈMES ET SOUS-THÈMES

CONSIDERATIONS GENERALES

N° 3 Courriel - Monsieur Jérôme Josserand

« Les panneaux publicitaires sont un moyen pour les publicitaires et les clients de contrôler la ville.

La ville appartient à ses citoyens, pas à la pub et encore moins à des entreprises privées.

Le domaine public doit être réservé au public et ne pas être vendu à des entreprises privées qui envahissent notre environnement. »

Réponse du Maître d’ouvrage :

Conformément aux articles R. 581-42 à 47 du Code de l’Environnement notamment, « le mobilier urbain peut, à titre accessoire, supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence » et de la publicité numérique dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants.

La commune a souhaité disposer d’un certain nombre d’outils lui permettant de communiquer vers ses habitants et ses usagers et ce type de mobilier urbain installé, entretenu et payé par un afficheur au travers d’une convention constitue un moyen intéressant tant technique qu’économiquement d’y parvenir. En effet, la commune n’est pas afficheur et n’a pas

vocation à le devenir mais pour autant compte tenu de son importance démographique et économique mais aussi de sa position au carrefour d'importants nœuds de circulation du bassin parisien, elle a la nécessité de diffuser tout type d'informations locales non commerciales à ses habitants et usagers : plans de la ville, affichages d'évènements et manifestations à caractère culturel et associatif, communication municipale d'intérêt général (par exemple informations liées aux élections, au recensement, au stationnement en ville, au coronavirus, à la circulation automobile, aux conditions météorologiques, ...), ...
Le mobilier urbain conventionné répond parfaitement à cette attente.

Ainsi que l'ont demandé certains afficheurs durant la concertation puis à l'enquête publique, la commune aurait pu choisir de ne pas réglementer ce mobilier sachant que d'une part il est déjà contraint par le Code de l'Environnement et d'autre part qu'il peut être contraint techniquement (surface ? hauteur ? lumineux ou non ? numérique ou non ?) et géographiquement directement à travers la convention d'affichage. Au contraire, pour des raisons de transparence vis-à-vis de sa population et de ses usagers, elle a choisi d'être très claire dans son document règlementaire et d'y encadrer l'ensemble des supports pouvant contenir des communications commerciales. Elle a donc limité notamment les surfaces maximales autorisées pour ces supports et élargi la durée d'extinction nocturne nonobstant leur fonction de service public rendu aux habitants du territoire.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Les réponses apportées par le maître d'ouvrage permettent de replacer l'objectif et l'intérêt des dispositifs publicitaire pour les habitants de la commune. Le renforcement des règles est également mis en avant.

N° 4 Courriel - Monsieur Jean-Marie Delalande – Association « Paysage de France »

1) Quelques mesures positives, noyées dans un règlement du siècle précédent

« L'une des mesures positives du RLP de Vélizy-Villacoublay est sans nul doute l'interdiction des publicités lumineuses sur toiture et des bâches publicitaires qui ont une fâcheuse tendance à proliférer.

Il faut également saluer une règle d'extinction nocturne un peu plus stricte que celle du RNP, ainsi que la réglementation des enseignes scellées au sol de moins de 1 m² et l'alignement des règles des enseignes permanentes aux enseignes temporaires.

*Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par la possibilité d'installer des panneaux scellés au sol de 10,5 m² en ZP2 et ZP3, de la **publicité numérique et des enseignes numériques dans toutes les zones de l'agglomération.***

Or l'élaboration d'un RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres enjeux environnementaux tels que :

*- la **transition écologique**, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique nécessitant que les mesures prises n'aillent pas à*

contresens de ce qu'il convient de faire et, notamment, de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés

- la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage, causes majeures de la destruction des ressources de la planète, qui de plus fragilisent et mettent en difficulté certaines catégories de la population.

- la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité.

Préconisation de Paysages de France :

- Revoir le projet à la lumière des enjeux actuels afin de préparer au mieux la transition écologique

- Diminuer vraiment la surface et la densité des dispositifs - Limiter au maximum les lumineux »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Il faut rappeler que pour l'heure la publicité n'est pas interdite par la loi nationale et il existe même des règles que certains jugent très contraignantes, d'autres pas du tout, qui régissent son implantation. Les pré-enseignes suivent les mêmes règles que la publicité. En outre les enseignes sont un droit pour tous les établissements existant de signaler leur présence et des règles nationales existent là aussi.

Si le RLP doit instaurer des règles locales plus restrictives que le cadre national du Code de l'Environnement, le législateur ne définit pas jusqu'où doit aller la contrainte dans la mesure où cette latitude est laissée à la collectivité au vu de son diagnostic territorial de la publicité, de son poids démographique et économique, de ses objectifs politiques. Il s'avère que la commune de Vélizy-Villacoublay a clairement été plus loin que la réglementation nationale tout en faisant attention à ne pas déséquilibrer l'économie locale. L'accent a surtout été mis sur les supports « incongrus » soit compte tenu de leur typologie (interdiction générale de la publicité sur mur ou clôture, des bâches publicitaires et de la publicité lumineuse sur toiture ou terrasse en tenant lieu mais aussi des enseignes sur les arbres, auvents ou marquises, garde-corps de balcon ou balconnet et clôtures), soit en raison de leurs caractéristiques (diminution des formats admis, élargissement des durées d'extinction nocturne y compris sur le mobilier urbain supportant de la publicité à titre accessoire, simplification et encadrement plus strict de la densité de la publicité extérieure soit les publicités, pré-enseignes et enseignes).

La commune le répète, il ne s'agit pas ici d'interdire strictement la publicité extérieure à Vélizy-Villacoublay ce qui est strictement illégal ni même d'inventer des règles qui seraient si contraignantes qu'elles obligeraient à modifier ou supprimer tous les affichages présents sur la commune (ce qui aurait un impact financier non négligeable dans une période déjà plutôt morose pour les acteurs économiques dans leur globalité) alors qu'ils sont pour la plupart tout à fait réguliers selon les règles nationales en vigueur.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur constate que la commune de Vélizy répond de façon détaillée et argumentée aux observations de l'Association « Paysage de France ».

2) Déconstruction des mesures de protection instaurées par le code de l'environnement

« Le futur règlement devrait avoir pour but principal de réduire la pollution et les multiples nuisances engendrées par la publicité extérieure. Ici, c'est l'inverse qui est préconisé, puisque le règlement propose d'installer de la publicité dans des lieux qui en sont normalement protégés.

La dérogation à l'interdiction de la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8, doit à l'évidence n'être envisagée que comme une mesure d'exception, conduite avec le plus grand discernement, c'est-à-dire en limitant au maximum le nombre de dispositifs et en recourant à des formats les plus réduits et les moins pénalisants possibles pour l'environnement.

*Or le projet actuel prévoit de déroger massivement à cette interdiction en autorisant dans le périmètre délimité des abords du Domaine national de Versailles et de Trianon **de la publicité numérique sur mobilier urbain jusqu'au format maximum de 8 m²** ! Vélizy-Villacoublay pourrait ainsi s'enorgueillir d'être l'une des très rares communes de France à oser imposer ce genre de dispositif dans un espace sensible !*

De plus, cette mesure va totalement à l'encontre de l'orientation n°8 : « Conserver l'interdiction relative de publicité à l'intérieur des sites naturels inscrits et du périmètre délimité des abords du Domaine national de Versailles et du Trianon ».

Préconisation de Paysages de France :

- Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8.*
- En cas de maintien de dérogations, il conviendrait à tout le moins d'exclure les dispositifs défilants et de limiter la surface des publicités à 2 m² au grand maximum »*

Réponse du Maître d'ouvrage :

Tout d'abord, il est rappelé que le Code de l'Environnement en même temps qu'il prévoit des interdictions relatives, indique qu'il peut être dérogé à celles-ci dans le cadre d'un RLP. C'est le même article L. 581-8 qui permet cela et il n'inclue pas de restrictions particulières ni en termes de typologie de support, ni en termes de format.

Par suite, il est aussi essentiel de noter que le Code de l'Environnement prévoit un cadre plus strict avec son article L. 581-4 qui institue des interdictions absolues que le RLP ne peut lever en aucune manière. Le législateur a donc choisi de graduer très clairement les interdictions et si les périmètres ne relevaient pas de cet article bien plus strict, c'est bien que leur incidence

soit plus limitée. Dans le cas de Vélizy-Villacoublay, il est intéressant de remarquer que le périmètre délimité des abords du Domaine national de Versailles et de Trianon s'étend sur cinq kilomètres (cas unique en France !) et que les secteurs protégés ne sont pas visibles depuis la commune et que depuis lesdits secteurs la commune n'est pas visible au niveau des dispositifs concernés. Il n'y a donc aucune incidence de la publicité extérieure vélizienne sur les domaines versaillais protégés.

Par ailleurs, il faut se souvenir que la commune n'a choisi de légaliser que les supports publicitaires apposés de titre accessoire sur du mobilier urbain. Et pour cause, ceux-ci remplissent un service public de l'information locale indispensable en cœur de ville et assurée par les revenus publicitaires. Si la commune n'avait pas levé cette interdiction relative, l'ensemble des abris destinés au public mais aussi toutes les informations locales mises à disposition du public devraient disparaître de ces espaces, ce qui poserait un problème d'accès à l'information pour une part non négligeable des citoyens. Enfin, la taille et la forme des supports choisis à Vélizy-Villacoublay correspond strictement aux besoins identifiés ici.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur prend acte de cette réponse.

3) Protéger la collectivité contre de nouvelles formes de publicité

« De nouvelles formes de publicité risquent d'apparaître dans les années prochaines (publicité au sol, sonore, sur ballon captif...). La collectivité doit se prémunir dès maintenant contre ces dispositifs.

Préconisations de Paysage de France :

Interdire toutes les formes de publicités non explicitement citées dans le règlement »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Il n'y a pas d'intérêt à interdire ce que nous ne connaissons pas et donc ne maîtrisons pas. Paysages de France semble méconnaître les bases légales de la publicité extérieure : le RLP venant contraindre des libertés garanties par la Constitution (liberté d'expression, liberté d'entreprendre notamment), il doit justifier toutes contraintes supplémentaires par rapport aux règles nationales par un gain notable en termes de préservation du cadre de vie et des paysages. Il est impossible de se prononcer sur du vide (puisque'il n'est indiqué nulle part de quoi on parle et ce qui poserait problème).

Commentaire du commissaire enquêteur :

Pas de commentaire.

N° 5 Courriel - Madame Esther Penouilh

« Concernant la publicité en général sur la ville, on ne peut que constater qu'elle est omniprésente, par exemple le nombre de panneaux urbains JCDecaux le long du tramway sur les avenues Bréguet et Morane Saunier est impressionnant, d'autant qu'ils représentent une source majeure de pollution lumineuse car ces panneaux sont lumineux dès la tombée de la nuit.

De plus, il ne semble pas que la réglementation soit toujours respectée. Par exemple concernant la distance minimale de 100 m devant séparer ces dispositifs, j'ai pu vérifier, en me promenant, que deux de ces panneaux urbains sont situés à moins de 50 m l'un de l'autre rue Grange Dame-Rose au niveau du rond-point avec la rue Latécoère.

Qu'en est-il des autres ?

Je souhaite que la révision du RLP permette la réduction de l'empreinte de la publicité sur la ville et non qu'elle entérine une situation qui n'est pas satisfaisante. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Le projet de RLP prévoit une extinction stricte de la publicité de 23 heures à 6 heures (minuit à 6 heures pour les publicités et pré-enseignes lumineuses éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain). Ces supports ne seront pas allumés en continu.

Le mobilier urbain pouvant supporter à titre accessoire de la publicité ne fait pas l'objet de règles liées à son implantation et notamment sa densité (cf. notamment les articles R. 581-42 à 47 du Code de l'Environnement). Il n'appartient au RLP d'écrire la loi, il peut simplement limiter les règles nationales.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le maître d'ouvrage confirme ses choix fait dans le projet de RLP et précise l'absence de règles concernant l'implantation et la densité du mobilier urbain.

N°7 Courriel - Monsieur Francis Penouilh

« En premier lieu, je m'oppose à la débauche de panneaux publicitaires qui envahissent l'espace public de notre ville sous de multiples formes : panneaux fixes, panneaux déroulant, panneaux numériques, panneaux dans les abris-bus, la plupart étant des panneaux lumineux.

Cette prolifération de panneaux publicitaires (espacés parfois de seulement quelques dizaines de mètres) génère

- D'abord une pollution mentale et visuelle par leur nombre et leur contenu assommant,*
- Ensuite une pollution lumineuse qui suppose une débauche de consommation d'énergie électrique alors que la ville devrait au contraire donner l'exemple d'une*

consommation raisonnée et respectueuse de l'environnement, de la faune, et bien sûr de ses habitants et de leur cadre de vie.

En conclusion, je demande que la révision du RLP

- *Entérine une diminution d'au moins 50% de l'empreinte publicitaire sur la ville en remplaçant les panneaux supprimés par des arbres »*

Réponse du Maître d'ouvrage :

Les règles d'implantation développées dans le projet de RLP permettent une installation graduée mais mesurée de la publicité selon la zone considérée. Ainsi en ZP1, la publicité est très contrainte alors qu'elle est un peu plus possible en ZP2 et un peu plus encore en ZP3 si tant est que l'unité foncière soit importante. Ce parti pris est clairement respectueux à la fois des citoyens habitant pour la plupart en ZP1 et des acteurs économiques locaux d'importance localisés en ZP2 (activités de bureaux de grands groupes nationaux notamment) et en ZP3 (grands centres commerciaux en particulier Westfield Vélizy 2 qui a une portée régionale voire nationale).

L'équilibre entre préservation du cadre de vie des citoyens et usagers véliziens et signalisation économique semble tout à fait acceptable et profitable à chacun.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le maître d'ouvrage confirme ses choix fait dans le projet de RLP et rappelle que les trois zones de publicité permettent d'adapter celle-ci aux différents enjeux de la ville.

N° 10 Courriel - Monsieur Michel Roulleau – Responsable Régional Patrimoine Ile de France Ouest de la société JC Decaux

*« La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure de révision du Règlement Local de Publicité (RLP) de Vélizy-Villacoublay, ce dernier ayant pour but d'encadrer notre activité économique et étant **un** document voué à perdurer dans le temps.*

Le futur RLP est à nos yeux un vrai tournant et a de grandes ambitions auxquelles nous adhérons totalement.

D'une part, il entérinera la volonté de la loi Grenelle II de doter la commune d'un règlement cohérent, tout en garantissant les spécificités propres à son territoire.

D'autre part, la Commune entend traiter les nouveaux dispositifs issus de la loi Grenelle II. Pour le mobilier urbain, il s'agit de la publicité numérique.

Le projet tel qu'arrêté en conseil municipal et soumis ce jour à enquête publique nous paraît équilibré dans ses dispositions établies à l'égard du mobilier urbain publicitaire.

*En effet, il nous paraît important de rappeler que le mobilier urbain participe directement à l'effectivité d'un service public continu et proche des usagers (**service public des transports***

pour les abris-voyageurs — article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs, service public de l'information pour les mobiliers d'information locale CE 10 juillet 1996 Coisne, n°140606) et que les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains financent des services rendus.

*Qui plus est, parce que l'implantation du mobilier urbain sur le domaine public présente l'avantage, par rapport aux autres catégories de dispositifs publicitaires, d'être **entièrement contrôlée et maîtrisée par la collectivité** via contrat public, il est indispensable de ne pas limiter au sein du RLP les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur le territoire.*

Car support de publicité qu'«à titre accessoire eu égard à sa fonction » (article R.581-42 du Code de l'environnement), il ne peut en effet être assimilé à un dispositif publicitaire « dont le principal objet » est de recevoir de la publicité (article L.581-3 du Code de l'environnement). Cette spécificité explique d'ailleurs le traitement distinct du mobilier urbain au sein du code de l'environnement (sous-section spécifique « utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire »). »

Réponse du Maître d'ouvrage :

La commune reçoit positivement cette observation d'un afficheur, signe que son projet de RLP a aussi été concerté avec les acteurs économiques locaux, rouages essentiels de la dynamique de notre territoire. Elle rappelle toutefois que sa volonté d'encadrer le mobilier urbain supportant à titre accessoire est parfaitement légale et ne viendra pas empêcher la communication locale non publicitaire nécessaire souhaitée par la commune dans le cadre de sa convention d'affichage. Il s'agissait là d'être totalement transparent et clair avec l'ensemble des lecteurs du RLP et notamment les citoyens véliziens sur les possibilités publicitaires admises sur leur territoire communal.

Commentaire du commissaire enquêteur :

La réponse du maître d'ouvrage confirme sa volonté de limiter le développement de la publicité.

N° 11 Courriel - Monsieur Daniel Barth

« La publicité sous toutes ses formes envahit de plus en plus notre quotidien. Cette publicité sert trop souvent de prétexte pour le financement d'activités de toutes sortes, mais au final il faut bien que son coût soit répercuté sur un payeur, les consommateurs en l'occurrence, et bien évidemment, de manière indolore. A l'heure où, face à la pollution engendrée par notre mode de vie dans nos pays dits riches et aux graves conséquences que cela entraîne, il est important de faire un choix : soit l'humain, soit le consumérisme outrancier. Il faut limiter au maxi cet envahissement permanent.

Je suis satisfait de constater que notre commune, par la révision de son RLP, souhaite encadrer de façon ferme les différents types d'implantations publicitaires sur le territoire. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

La commune reçoit positivement cette observation d'un particulier qui reconnaît sa volonté d'encadrer de façon équilibrée l'expression économique et la préservation des paysages et du cadre de vie vélizien. C'est le signe que son projet de RLP a été largement concerté avec l'ensemble des forces vives du territoire.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Ce soutien au projet de RLP est à souligner.

N° 15 Courrier manuscrit - Madame Esther Penouilh

« Dispositifs publicitaires (panneaux fixes, numériques, sur abris-bus) pas quantifiés dans le dossier de l'enquête publique. Les habitants ne peuvent donc pas apprécier l'évolution de la couverture publicitaire sur la ville. Il conviendrait d'inclure cette information dans le RLP.

C'est d'autant plus important que la Convention Citoyenne pour le climat demande la régulation de la publicité. A l'occasion du RLP, prendre en compte cette préconisation pour préserver notre planète. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Le rapport de présentation du projet de RLP (tome 1 du projet) présente bien dans son chapitre III, à partir de la page 33, les caractéristiques des publicités et pré-enseignes à Vélizy-Villacoublay.

La convention citoyenne n'est pas la loi. La commune de Vélizy-Villacoublay entend respecter le cadre légal qui, jusqu'à preuve du contraire, n'autorise pas une commune à interdire totalement la publicité de son territoire, ni même de la contraindre à un point tel qu'il devienne impossible techniquement et/ou financièrement d'en installer. Par ailleurs, il est rappelé qu'il ne s'agit pas littéralement de « tuer » les acteurs économiques travaillant dans ce secteur ni les acteurs économiques en bénéficiant. Le simple fait de contraindre les supports publicitaires autant que l'envisage la commune est déjà une limitation aux libertés d'expression et d'entreprendre (ce qui est souvent censuré par la justice administrative) et les obligera à une profonde refonte de leur signalisation sur le territoire.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le rapport de présentation mentionne bien le nombre de dispositifs de publicité et pré-enseigne sur le territoire communal. Il précise qu'aucune infraction par rapport au code de l'environnement n'a été décelé. Il est regrettable qu'il n'ait pas été fait de projection de l'impact du projet de RLP en matière de dispositifs publicitaire.

« Les réponses de la commune aux contributions des citoyens donnent le sentiment que ce qui prévaut c'est les contrats déjà signés avec les afficheurs présents. Comment l'enquête publique peut-elle prendre en compte les observations et propositions des habitants ? »

Réponse du Maître d'ouvrage :

La commune et les élus en charge du dossier ont essayé tout au long de l'élaboration de ce projet de répondre de façon mesurée et équilibrée à l'ensemble des enjeux représentés ici. Le sujet est complexe et il faut bien évidemment de façon pragmatique mettre en cohérence les objectifs de préservation paysagère avec ceux de protection des activités et acteurs économiques mais aussi les finances communales. Il semble évident pour toute personne prenant le sujet globalement que tout déséquilibre dans les règles envisagées serait à terme « payé » par la collectivité en termes de contrat (les contrats en cours seront bien entendu payés même si le service n'est plus rendu et donc on aura une absence de service mais une perte financière), d'attractivité économique (la publicité fait partie du dynamisme économique des établissements véliziens et extérieurs) et finalement d'emplois (sans clients, les entreprises finissent par fermer et le contexte économique morose n'incite pas à les acculer encore plus).

Commentaire du commissaire enquêteur :

La contribution des citoyens, lors de la concertation sur un projet, correspond à la phase amont d'élaboration de celui-ci. L'enquête publique, correspondant à la phase aval d'un projet, est l'occasion pour le public de s'exprimer et de formuler des observations sur un projet arrêté par un maître d'ouvrage. Les différentes contributions peuvent permettre de le faire évoluer, à l'issue de l'enquête et de la remise du rapport du commissaire enquêteur.

PANNEAUX PUBLICITAIRES LUMINEUX ET NUMERIQUES

N° 1 Courriel - Madame Alice Journeau

« Je réitère mon opposition aux panneaux de publicité lumineux qui sont apparus sur le territoire de la ville. Ces panneaux sont une source de consommation d'électricité supplémentaire, totalement en contradiction avec la nécessité de faire baisser à tous les niveaux (local, national, mondial) notre consommation énergétique.

Leur présence notamment au feu rouge de l'entrée de ville est perturbante, l'œil est attiré malgré lui ce qui est une entrave à notre liberté de choix vis-à-vis de la publicité.

Leur présence est censée être justifiée par la volonté de faire part rapidement d'informations routières aux automobilistes : or d'une part, cela ne concerne qu'une

fraction des automobilistes, puisqu'il faut être arrêté au feu, suffisamment longtemps pour voir défiler les informations intéressantes, qui sont mélangées avec des publicités. D'autre part, la plupart des automobilistes ne sont pas forcément veliziens, et ne sont pas donc pas concernés.

Cela veut-il dire qu'il faut être automobiliste pour être au courant d'informations concernant la ville ? Les anciens panneaux présents dans certaines rues donnaient tout autant d'informations et pas de pub, et était moins gourmand en électricité.

Enfin, de nombreuses études scientifiques montrent l'effet néfaste sur les animaux nocturnes de ces lumières nocturnes, et ces panneaux sont éteints beaucoup trop tard (23h en principe), la nuit étant évidemment tombé depuis plusieurs heures même en été.

En conclusion, cette initiative n'apporte rien de positif à la ville, n'enrichit pas son cadre de vie, au contraire. Il serait temps que des initiatives plus écologiques soient mises en avant et réalisées. »

N° 2 Courriel - Monsieur Franck Panissier

« Je m'interroge en effet sur l'utilité et l'impact environnemental des panneaux lumineux numériques.

La ville et ses habitants ont-ils besoin de ce type d'équipement qui malgré tout ce que peuvent en dire ses promoteurs représente d'abord :

- Une véritable pollution visuelle pour un intérêt minime pour les véliziens (ses encarts sont laids, l'éclairage particulièrement fort et les informations qui y sont diffusés sont bien trop à caractère publicitaire),*
- Un danger potentiel pour les usagers de la route et les piétons. Le but de ces panneaux, les lieux et la manière dont ils sont installés notamment sur les axes de circulations sont d'être regardés, donc de détourner le regard de la route vers eux.*
- Une aberration énergétique qui représente quoi qu'on en dise un coût environnemental, alors que l'on nous incite à être plus écocitoyens. Il me paraît dommageable que nos élus valident et fasse installer ce type d'équipement et pensent qu'il a une utilité, dans une ville où la publicité est déjà omniprésente. »*

N° 5 Courriel - Madame Esther Penouilh

« Je demande le retrait des "panneaux publicitaires numériques" qui ont fait récemment irruption dans le paysage urbain vélizien. Il s'agit de 8 panneaux lumineux et animés placés aux entrées et sorties de ville, le long des avenues Bréguet et Morane Saunier.

Je suis absolument opposée à cette technologie très intrusive, excessivement lumineuse et agressive, conçue pour capter le regard dans l'espace public.

Elle représente un réel danger pour les habitants, qu'ils soient piétons, cyclistes ou automobilistes, dans la mesure où ces écrans le long des rues détournent le regard de la circulation et de la signalétique routière.

Il n'est pas étonnant que des études (Université de l'Alabama en 2017) aient révélé l'augmentation de 25 % des accidents à proximité des panneaux numériques, comme le signale la contribution 4, du Bilan de la concertation du dossier d'enquête publique.

Dans ce bilan, on peut y lire également la contribution 7 de l'association Paysages de France qui confirme mes propres observations et liste les multiples effets nocifs de ces "panneaux publicitaires numériques" :

- *agression visuelle (images mobiles, diffusion d'éclairs lumineux),*
- *modification radicale de l'ambiance paysagère des lieux,*
- *pollution lumineuse,*
- *danger pour les usagers des voies publiques (piétons, cyclistes, automobilistes),*
- *consommation énergétique importante.*

Ce constat a conduit Paysages de France à proscrire ce type de publicité dans l'espace public.

La majorité des contributions de la concertation sont d'ailleurs défavorables à ces panneaux numériques et témoignent du rejet qu'ils suscitent dans la population.

Du point de vue de la sécurité, de la santé des habitants et de la préservation de l'environnement, ces "panneaux publicitaires numériques" sont une aberration et, compte tenu de leur dangerosité, ne doivent pas être autorisés par le nouveau Règlement Local de Publicité. »

N° 6 Courriel - Madame Michele VIE

« Je fais suite à notre entretien du samedi 3 octobre en mairie de Vélizy concernant mes remarques sur la révision du RLP de Vélizy-Villacoublay (contribution 9) et la réponse qui y a été apportée (p 43 &44 du rapport GOPUB Conseil – voir en PJ).

Remarque préalable – Je n'ai pris connaissance de la réponse de la municipalité uniquement parce que je suis allée consulter, au moment de l'ouverture de l'enquête publique, le rapport final sur le site de la mairie qui inclus les différentes contributions (9 au total). Au moins 2 autres contributeurs n'ont pas reçu de réponse individuelle.

Je m'adresse à vous, d'une part pour confirmer les éléments de ma contribution, d'autre part pour réagir aux réponses apportées par la municipalité.

3)

<p>Sur les nouvelles implantations <u>Panneaux de signalisation lumineux et animés nouvellement implantés</u> Lors de la réunion publique du 16 octobre, M. Le Maire a justifié l'implantation de 8 panneaux lumineux et animés aux entrées/sorties de ville et le long des avenues Bréguet et Morane Saulnier par la possibilité</p>	<p>Réponse de la commune : En ce qui concerne les dispositifs publicitaires numériques, la commune répète que cette forme de publicité est très ponctuelle sur la commune (huit dispositifs) et ne concerne que des affichages apposés sur le mobilier urbain dont un grand format (8 m²) situé en entrée de ville. Ils sont prévus</p>
--	---

<p>de pouvoir diffuser des messages d’alerte très rapidement et une actualisation à distance des informations municipales.</p> <p>Pour moi ces « avantages » sont à modérer grandement en fonction des remarques suivantes :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les annonces diffusées sont 50% publicité – 50% informations municipales 2. Pour lire les annonces il faut être arrêté à un feu rouge 3. Il n’y a sans doute que dans les 10 premières voitures arrêtées qu’on peut lire les messages <p><i>Quelle est donc la probabilité pour que l’information importante soit captée par le public concerné ?</i></p> <p>Par ailleurs, la sécurité routière impose une vigilance de tous les instants pendant la conduite, la luminosité et l’animation de tel écrans (comme tout autre écran) est une source importante de distraction et donc potentiellement accidentogène.</p> <p>Le bilan avantage/bénéfice & risque est pour moi négatif dans l’utilisation actuelle.</p>	<p>dans la convention d’affichage signée par la commune avec un afficheur privé et permettent notamment d’afficher des informations liées à la circulation et à la sécurité routière à l’attention des usagers de la route. Il n’est pas prévu d’en installer de nouveaux et la plage d’extinction nocturne les concernera au même titre que les autres dispositifs de publicité extérieure, excepté bien entendu événement exceptionnel -type épisode météorologique- où seuls des messages d’alerte et d’informations locales seront diffusés y compris entre 23 heures et 6 heures.</p>
---	--

N°7 Courriel - Monsieur Francis Penouilh

« Pour ma part, je considère que les panneaux numériques sont particulièrement dangereux pour les automobilistes, les cyclistes, les piétons, etc. car placés le long des rues importantes (donc chargées), ces panneaux captent l’attention et détournent les regards de la circulation et de la signalétique routière et constituent donc une source majeure de risques d’accidents.

En conclusion, je demande que la révision du RLP

- *Prenne en compte la suppression de tous les panneaux numériques de la ville (il y en a 8 dont 1 double face) »*

N° 11 Courriel - Monsieur Daniel Barth

« Mais je dis absolument non aux panneaux publicitaires numériques. Il y en a déjà huit de trop. Mes raisons sont les mêmes que celles exprimées dans les contributions envoyées pendant la concertation : envahissants, visuellement très agressifs, consommateurs inutiles d’énergie, verrues dans le paysage urbain, facteurs d’accidents pour les plus grands.

Hélas, en lisant la réponse apportée par la commune aux contributeurs qui se sont prononcés contre les panneaux numériques lors de la concertation, j'ai l'impression que rien ne pourra faire évoluer le projet de révision tel que présenté, que tout est déjà figé, que ce soit avec concertation préalable et enquête publique. Alors que penser et que dire à nos décideurs véliziens, à notre maire, aux adjoints et aux conseillers municipaux qui ne manqueront pas de voter d'un seul élan le projet actuel de révision du RLP ?

Je dirais simplement « chiche » : si pour une fois vous nous écoutiez, si pour une fois vous pensiez que nous pouvons aussi vous aider à prendre une bonne décision, certes pas facile, mais ô combien salutaire pour les habitants, la ville (où il fait bon vivre, rappelez-vous) et la planète. Ce serait bien également que ce RLP révisé soit en cohérence avec l'esprit écologique que vous défendez.

Oui à la publicité donc, mais de façon limitée, non intrusive et non agressive (pas de panneaux numériques), et surtout pas à n'importe quel prix pour l'environnement et notre qualité de vie. »

N° 12 Courriel - Monsieur Alain Lacombe

« Au-delà des nombreuses remarques déjà exprimées dans le cadre de l'enquête, remarques critiques que je partage pour l'essentielle, permettez -moi d'attirer votre attention sur un argument particulier évoqué par le chef de projet RLP dans le bilan de concertation.

Pour justifier l'autorisation de mettre de la publicité sur 8 panneaux numériques lumineux, le chef de projet RLP, veut faire croire qu'il serait obligatoire de mettre 50% de messages publicitaires.

Pour cela il fait référence à un jugement de la Cour d'appel de Nancy concernant de l'affichage publicitaire à Thionville.

J'ai donc consulté ce jugement, ce que je vous invite à faire également si ce n'est déjà fait, et j'ai constaté que le chef de projet RLP de Vélizy, pour le compte du maire, utilise une affaire dont l'objet n'a rien à voir avec le RLP de Vélizy, et encore moins avec les panneaux objets de contestation.

En effet pour l'affaire de Thionville, il s'agit d'un litige entre un afficheur et la ville qui porte sur des panneaux publicitaires apposés, à titre provisoire, sur des palissades de chantier sur un domaine privé.

Ce jugement ne concerne pas, de toute évidence, le mobilier urbain situé dans le domaine public.

S'agissant du mobilier urbain situé dans le domaine public, le maire de Vélizy a donc toute compétence pour en décider avec son conseil municipal.

La législation en la matière plafonne à 50% la possibilité de recours à la publicité mais il est faux de dire que ce serait une obligation. D'ailleurs de nombreuses communes ne mettent aucune publicité.

Concernant l'argument selon lequel la publicité sur le panneau permettrait de financer un dispositif de régulation de l'accès aux voies rapides, je fais 2 observations :

- Outre les réserves émises sur la luminosité et l'opportunité de ces panneaux dits d'information routière, couper ces informations routières avec de la publicité ne peut que nuire à la qualité de l'information, voire être dangereux.

- l'apport financier de la publicité serait dérisoire relativement à la richesse fiscale de la ville de Vélizy.

Il n'y a donc aucune obligation légale et aucun impératif financier à imposer de la publicité sur ces éventuels panneaux. Cela relève de la seule responsabilité du Maire qui doit assumer ses choix en matière de pollution publicitaire et lumineuse. »

N° 14 Courriel - Monsieur Hugues Orsolin

« Nous souhaitons vous faire part de notre opposition au maintien des panneaux publicitaires numériques dans notre ville.

Nous ne comprenons pas que ce type d'affichage lumineux, consommateur de ressources (notamment de terres rares pour les écrans) et d'énergie ait pu être installé alors que tout le monde connaît la problématique actuelle du réchauffement climatique.

Non disons catégoriquement non au gaspillage énergétique et à la pollution lumineuse et nous opposons au maintien de ces panneaux numériques inutiles et nuisibles pour l'environnement. »

Réponses du Maître d'ouvrage à l'ensemble du thème « Panneaux publicitaires lumineux et numériques » :

Les mobiliers urbains supportant à titre accessoire de la publicité peuvent être numériques comme le spécifie le Code de l'Environnement (cf. 581-41 du Code de l'Environnement). Leur implantation sur la commune de Vélizy-Villacoublay compte tenu de son poids démographique et économique n'est pas illégal et ne semble pas non plus incongru.

Le projet de RLP ayant gradué les possibilités d'implantation publicitaire de façon stricte en respectant chaque fois la nature du tissu urbain considéré, ce type de support lumineux n'est autorisé dans son format maximal (8 m² et 6 mètres de hauteur par rapport au sol) que sur le

mobilier urbain, là où sa versatilité permet à la collectivité d'afficher de manière quasi immédiate des messages importants (événement météorologique, situation routière imprévue, crise sanitaire, ...) dès que nécessaire. Cela répond donc bien à un service à la population qui est financé en contrepartie et en grande partie par de la publicité à hauteur de 50% au maximum. Par exemple en ce moment, crise sanitaire et économique obligent, les dispositifs accueillent moins de 50% de communications commerciales et leur équilibre économique est donc en péril.

Concernant leur impact visuel (pollution lumineuse, danger éventuel pour les usagers de la route), la commune avait réfléchi à cet écueil et demandé à disposer de panneaux numériques à intensité lumineuse variable beaucoup moins énergivores et polluants que les dispositifs habituels. Ainsi, les supports véliziens sont équipés de capteurs asservissant l'intensité lumineuse à la luminosité ambiante, variant ainsi l'intensité de 10% à 80 % de la capacité totale. De ce fait la nuit ces dispositifs LCD de dernière génération sont à 10 % d'intensité pour éviter tout éblouissement.

Par ailleurs, cette forme de publicité est aujourd'hui très ponctuelle sur la commune (huit dispositifs) et ne concerne pour l'heure que des affichages apposés sur le mobilier urbain dont un unique « grand » format (8 m²) situé en entrée de ville afin notamment d'afficher des informations liées à la circulation et à la sécurité routière à l'attention des usagers de la route.

Enfin, pour la publicité classique ce type support ne devra pas excéder le format des mobiliers d'informations locales classiques soit 2 m² et 3 mètres de hauteur par rapport au sol et devra être éteint de 23 heures à 6 heures soit toute la nuit effective.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le rapport de présentation ne mentionne pas précisément, sur un plan, la présence de ces huit panneaux lumineux numériques, objet de ces observations regroupées sous le thème « Panneaux publicitaires lumineux et numériques ». Il mentionne que ce type de dispositif est actuellement en expansion sur le territoire national.

Dans sa réponse, le maître d'ouvrage affirme qu'actuellement les dispositifs installés accueillent moins de 50 % de communication commerciale.

Lors d'un déplacement sur site, le commissaire enquêteur a pu constater que cette affirmation était fautive et que la communication commerciale était à hauteur de 50%.

Par ailleurs les messages délivrés, en plein jour, étaient courts et très lumineux (presque des flashes) pouvant provoquer une sensation de gêne. A 17h45, en semaine, à l'observation de plusieurs cycles, aucun message lié à la circulation et à la sécurité routière n'a été diffusé.

ENSEIGNES EN ZONE PAVILLONNAIRE

N° 6 Courriel - Madame Michele VIE

« Je fais suite à notre entretien du samedi 3 octobre en mairie de Vélizy concernant mes remarques sur la révision du RLP de Vélizy-Villacoublay (contribution 9) et la réponse qui y a été apportée (p 43 & 44 du rapport GOPUB Conseil – voir en PJ).

Remarque préalable – Je n'ai pris connaissance de la réponse de la municipalité uniquement parce que je suis allée consulter, au moment de l'ouverture de l'enquête publique, le rapport final sur le site de la mairie qui inclus les différentes contributions (9 au total). Au moins 2 autres contributeurs n'ont pas reçu de réponse individuelle.

Je m'adresse à vous, d'une part pour confirmer les éléments de ma contribution, d'autre part pour réagir aux réponses apportées par la municipalité.

1)

<p><i>Sur le rapport (Tome 1) et en particulier le diagnostic, dans la partie « enseignes », pages 40 et 41 pour le plan de localisations de celles-ci :</i></p> <p><u>Anomalies dans le diagnostic sur les enseignes (pages 41 et page 50).</u></p> <p><i>Aucune enseigne n'est localisée dans les zones pavillonnaires du Clos, de Vélizy bas, le long de la rue Brindejont des Moulinais, ni même dans le quartier Mozart en particulier le centre commercial. Cela ne correspond pas, bien sûr, à la réalité, <u>mais où se situe l'erreur</u> ? sur le plan de localisation où sur dans l'inventaire des 592 enseignes ?</i></p> <p><i>De la même façon il n'y aurait donc aucune infraction au code de l'environnement dans ces zones ! (voir page 50). Cela peut rassurer à tort les personnes concernées dans ces quartiers.</i></p> <p><i>Il reste à souhaiter qu'il n'y ait pas d'autres erreurs moins visibles.</i></p>	<p>Réponse de la commune :</p> <p><i>Le diagnostic territorial de la publicité extérieure ne se veut pas exhaustif : pour des questions d'efficacité et de coûts de la prestation du bureau d'études accompagnant la commune dans cette procédure de révision du RLP, il était prévu un échantillonnage des enseignes avec un ciblage particulier sur les secteurs à enjeux de la commune (zones d'activités économiques, centres commerciaux, rez-de-chaussée et dalles commerçantes et de services, ...). Forcément sur les secteurs non investigués, point d'enseignes recensées et donc de non-conformités au Code de l'Environnement relevées.</i></p>
--	--

1. Rien dans le rapport ([RLP 2020 18Ab.rapport.pdf](#)) n'indique qu'il a été procédé par échantillonnage et que le quartier Mozart, ainsi que l'ensemble des zones pavillonnaires sont exclus de l'étude. Au contraire, le [Point III - Diagnostic du parc d'affichage – page 33](#) laisse à penser que l'étude couvre l'ensemble de la commune.

2. L'argument du coût et de « l'inutilité » de couvrir ces zones me semble difficilement acceptable dans le sens où cela crée une inégalité de traitement entre les professionnels sur la commune : certains peuvent être avertis d'une infraction, d'autre non.

Par ailleurs, la configuration spécifique des zones pavillonnaires, n'ayant pas été « étudiées », on peut supposer qu'il n'y a pas eu de « conseils » ou de réflexions particulières sur l'application des règles induites par le nouveau règlement.

2)

<p><i>Sur la Partie réglementaire (Tome 2)</i> <u>Application des dispositions du nouveau RLP (zone ZP1) dans les zones pavillonnaires</u> <i>Du fait de la non homogénéité des alignements des bâtiments dans les zones pavillonnaires ainsi que la présence de haies, et autres configurations, l'application des dispositions du RLP (zone ZP1) peut se révéler très difficile à respecter, voir incompatible avec une signalisation correcte d'activités artisanales.</i> <i>Est-ce qu'il est prévu des dérogations possibles ? Que propose la municipalité pour les cas particuliers qui pourraient se présenter (par exemple, localisation d'activité dans un bâtiment avec un accès ne donnant pas directement sur la rue...).</i></p>	<p>Réponse de la commune : <i>Dans les secteurs majoritairement résidentiels, les activités existantes devront se contenter d'une signalisation qui se veut mesurée et cohérente avec le contexte (on est sur les lieux de vie des habitants). Le RLP est un document à visée réglementaire qui part des enjeux mis en lumière par le diagnostic territorial afin de fixer des règles cohérentes à l'échelle de secteurs eux-mêmes cohérents urbanistiquement et/ou économiquement. Il n'est pas question ici de créer des règles pour chacun mais des règles pour tous dans l'intérêt général. Enfin compte tenu de l'ensemble des règles proposées par le projet de RLP présenté, il est permis de penser que le cumul des possibilités s'offrant aux entrepreneurs véliziens pour se signaler efficacement est amplement suffisant sans avoir recours à des enseignes sur clôture ou sur toiture ni multiplier les enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol.</i></p>
---	---

Je me permets de penser qu'il ne serait pas si facile pour un artisan, auto-entrepreneur, profession libérales... de signaler son activité, quand le cas de pavillon en retrait, ou avec des clôtures hautes ou arborées etc. comme on en trouve beaucoup dans ces quartiers.



*Si comme le prévoit le **Titre 5 Dispositions applicables aux enseignes, RLP2020 18Ac, Tome 2***

article 21-Interdictions : Enseignes interdites sur les clôtures

Extrait du Lexique

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.

article 22-Enseignes parallèles au mur : ... ne doivent pas être implantées au-dessus des limites du plancher du premier étage.

article 23-Enseignes perpendiculaire au mur :

Elles ne doivent pas constituer par rapport au mur, une saillie supérieure au dixième de la distance séparant les deux alignements de la voie publique. Dans tous les cas, cette saillie ne peut excéder 0,80 mètre.

article 24-Enseignes sur toiture : Interdites en ZP1

Il n'est pas sûr que l'application des articles 25 et 26 soient plus adapté (autorisés en ZP1 ?)

article 25 - Enseigne, de plus de 1 m2, scellée au sol ou installée directement sur le sol

article 26 - Enseigne, de moins de 1 m2, scellée au sol ou installée directement sur le sol

Elles ne peuvent s'élever à plus de 1,2mètres au-dessus du niveau du sol

Ma lecture est celle d'une simple citoyenne, dans un dossier très technique, mais, au vu des éléments mis à disposition, il me semble que même si cela concerne peu de cas, il est

nécessaire de ne pas laisser les professionnels de ces zones sans solutions pensées à l'avance et donc sans que cela soit du cas par cas. »

N° 9 Courriel - Madame Michele VIE

« En complément de mon envoi précédent, vous trouverez ci-après des documents complémentaires :

Quelques informations complémentaires sur les quartiers Mozart et du Clos.

Le centre commercial Mozart (Zone d'immeubles) situé Avenue de Savoie regroupe 11 commerces et services.

Centre commercial Mozart- avenue de Savoie

1	Boucherie-Charcuterie
2	Point d'Encre
3	Pizzeria
4	Carrefour Market
5	Pressing
6	Boulangerie
7	Pharmacie
8	Fleuriste
9	Tabac-Presse
10	Distributeur de billet
11	Coiffeur

Dans le quartier du Clos qui est pavillonnaire, les principaux commerces / services se trouvent rue Ampère.

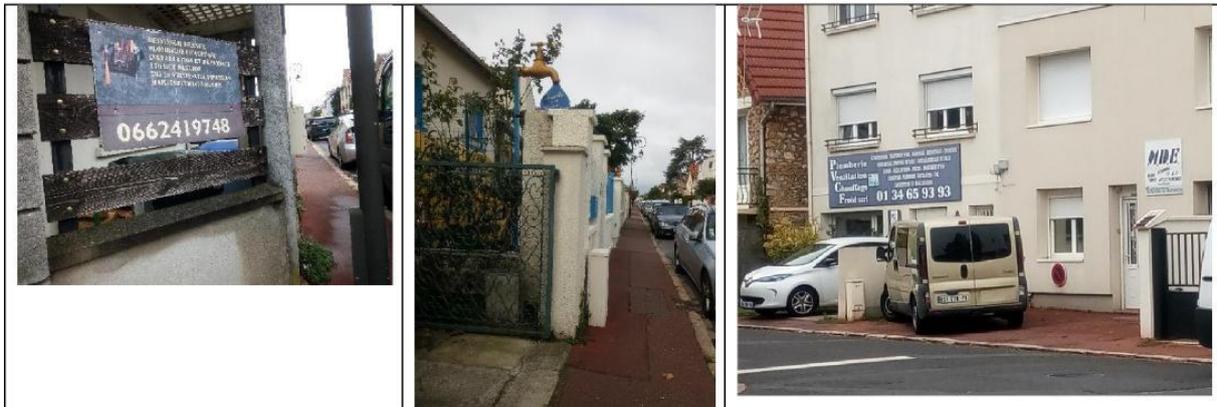
Les 8 premiers listés ont une baie commerciale, et pour la majorité, leur façade est dans l'alignement de la rue. Les 5 autres sont des artisans

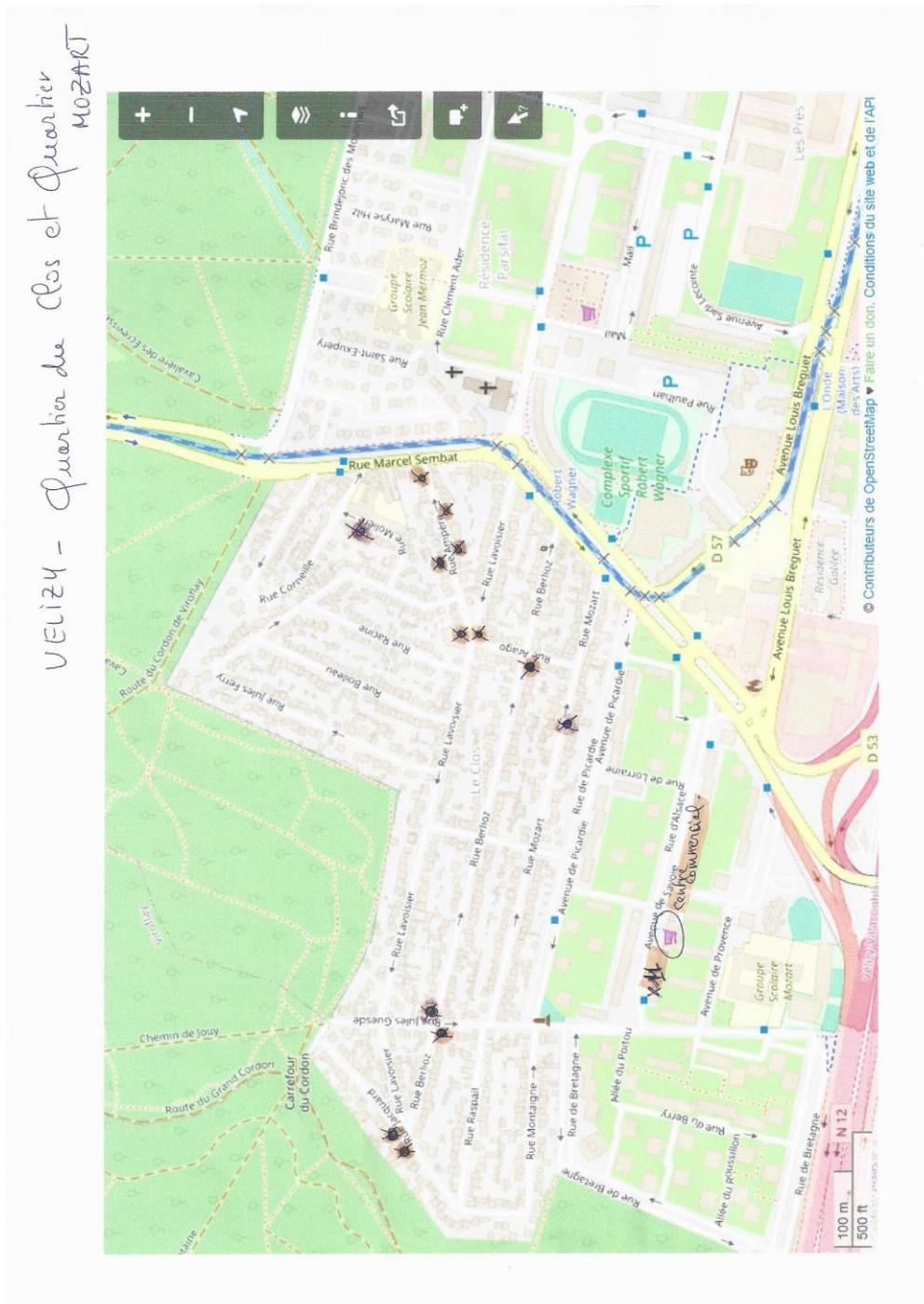
Quartier du Clos, non exhaustif

1	Auto-école	2, rue Ampère
2	Institut beauté "Douce Heure"	7, rue Ampère
3	Artisan des Yvelines	25, rue Ampère
4	Coiffeur "A l'espace détente"	26, rue Ampère
5	Imprimerie	38, rue Ampère
6	Boulangerie	35, rue Lavoisier/rue Arago
7	Restaurant "Village Victoria"	27 rue Berlioz/ angle rue Arago
8	Retoucherie	Rue Jules Guesde/ angle rue Berlioz
9	<i>Plombier Tossuto</i>	<i>rue Mozart</i>
10	<i>Plomberie-Chauffage</i>	<i>rue Berlioz</i>
11	<i>PVCF</i>	<i>rue Berlioz/ angle rue Jacquard</i>
12	<i>MDE</i>	<i>rue Berlioz/ angle rue Jacquard</i>
13	<i>Elecophi</i>	<i>rue Molière</i>

Dans la zone pavillonnaire, il y a de nombreux affichages temporaires Vente/Achat de biens immobiliers et travaux et aménagements.

Cas des Artisans / indépendants /auto-entrepreneurs etc.





Réponses du Maître d’ouvrage à l’ensemble du thème « Enseignes en zone pavillonnaire »

La commune n’a jamais prétendu que l’exhaustivité du diagnostic était inutile. La réponse évoque à juste titre un coût d’études bien supérieur pour une efficacité réelle dans le diagnostic et la réponse projetée (le futur RLP) sans commune mesure. Ce choix d’un échantillonnage a été mûrement réfléchi au regard des enjeux réels de la commune et de son tissu économique mais compte tenu de ce qu’il est d’usage d’effectuer dans de tels cas. Le bureau d’études a bien entendu assisté la commune dans ce choix et confirme que de très rares collectivités choisissent un relevé terrain exhaustif compte tenu du coût prohibitif de telles

études sans pour autant garantir une meilleure déclinaison règlementaire. Il faut rappeler que le législateur, soucieux de la bonne administration des collectivités territoriales, n'impose pas un diagnostic exhaustif mais un diagnostic représentatif de l'état du territoire. Quand un diagnostic tel que celui effectué sur la commune de Vélizy-Villacoublay permet de couvrir plus de neuf établissements sur dix, on peut largement et objectivement affirmer qu'il est représentatif du tissu local.

Par ailleurs, en ce qui concerne la légalité des différents supports de la commune, leur relevé exhaustif n'est pas le but du RLP. Il s'agit ici de mettre en avant les caractéristiques les plus marquantes du parc de la commune afin d'en tirer des enjeux et des orientations règlementaires susceptibles d'encadrer de manière améliorative celui-ci. La conformité des supports communaux pourra être étudiée spécifiquement après l'approbation du nouveau RLP sachant que ceux en infraction vis-à-vis de ce nouveau document disposeront d'un délai pour se mettre en conformité.

Ensuite, contrairement à ce qui est affirmé par l'auteur de cette observation sans aucun fait exposé pour étayer une telle assertion, le règlement local envisagé a bien pris en compte la spécificité du tissu urbain résidentiel pour n'y permettre d'implanter des enseignes que de façon mesurée afin de ne pas créer de dysfonctionnements paysagers supplémentaires : restriction des enseignes parallèles au mur et perpendiculaires au mur, interdiction des enseignes sur clôture et sur toiture ou terrasse en tenant lieu, limitation drastique du format des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, ...

Enfin, la même auteure demande quelques lignes plus tôt que des contraintes soient appliquées spécifiquement aux enseignes en secteurs pavillonnaires puis s'en plaint. On ne comprend pas bien sa demande.

Les règles envisagées dans ces secteurs résidentiels plutôt bien préservés des potentielles dégradations paysagères liées à la publicité extérieure, ont pour objet principal de préserver ce cadre de vie tout en permettant néanmoins une signalisation minimale des rares enseignes présentes ici. Les exemples proposés par l'auteure ne sont pas très probants. S'il s'agit réellement de protection de cadre de vie, de cohérence de signalisation, de respect du bâti existant qu'il soit patrimonial ou non, alors de telles enseignes en façades ou sur des clôtures ajourées constituent de véritables « verrues » paysagères dans des quartiers résidentiels où la pollution visuelle n'a pas sa place.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur prend acte de cette réponse.

REGLEMENT

N° 4 Courriel - Monsieur Jean-Marie Delalande – Association « Paysage de France » PUBLICITES

4) Publicités scellées au sol : un format incompatible avec une protection de l'environnement

« Le projet prévoit d'autoriser des panneaux scellés au sol de 10,5 m² en ZP2 et ZP3.

Or, l'orientation n°1 du projet n'était-elle pas de « Réduire l'implantation des dispositifs publicitaires scellés au sol ou installés directement sur le sol (publicités, pré-enseignes et enseignes) qui peuvent avoir un impact important sur le paysage de la commune ; »

Comment peut-il être possible d'atteindre cet objectif en acceptant l'installation de panneaux scellés au sol de 10,5 m² ?

Une surface de 10,5 m², c'est le format désormais adopté nationalement par les afficheurs. S'y conformer localement, c'est répondre à une demande de la profession, en entérinant les pratiques existantes, et non vouloir profondément améliorer le cadre de vie de nos concitoyens. Ces panneaux sont par ailleurs fréquemment éclairés par projection ou transparence et peuvent être déroulants, avec un effet est encore plus désastreux. Alors qu'une réduction à 4 m² n'empêcherait nullement la lecture du message avec un impact visuel bien moindre, rien ne peut justifier une taille de 10,5 m², hormis l'intérêt économique pour les afficheurs.

Le format de 10,5 m² est très proche du maximum autorisé par le Code de l'environnement (les fameux 4 X 3). Or, ces panneaux sont devenus le symbole tristement célèbre de la laideur, des nuisances et de la pollution engendrées par l'affichage publicitaire.

Ainsi, non seulement le cadre de vie et l'environnement des habitants serait gravement affecté par cette pollution, mais les axes principaux, très parcourus quotidiennement, qui constituent donc les paysages les plus vus et qui, partant, sont l'une des vitrines de Vélizy-Villacoublay, seraient littéralement livrés aux afficheurs. Cela alors même qu'ils devraient, par excellence, faire l'objet de toute l'attention et du traitement approprié que méritent les axes majeurs, comme c'est le cas dans nombre de RLP.

Les publicités de plus petit format (4 m²) sont, chacun peut le constater, tout à fait visibles et lisibles dans les communes de moins de 10 000 habitants. Elles ne sont de plus, dans ces communes, qu'apposées sur des murs. Pourquoi seraient-elles moins lisibles dans une ville comme Vélizy-Villacoublay, alors que les véhicules (et les piétons) y circulent à la même vitesse ? Le grand format de 10,5 m² n'a comme seule utilité que de gonfler le chiffre d'affaire des afficheurs (et accessoirement d'accroître le matraquage publicitaire), avec de désastreux effets sur les paysages.

Quant à l'orientation n°2 « Restreindre la réglementation applicable aux publicités sur mur ou clôture ; », elle se traduit par une interdiction pure et simple de la publicité murale en toutes zones, alors que ce type de publicité a un impact visuel beaucoup moins élevé que la publicité scellée au sol.

Préconisation de Paysages de France :

- Limiter à 4 m² la publicité murale.
- Interdire la publicité scellée au sol, sauf éventuellement en zone d'activités limitées à 2 m². »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Il faut rappeler que la publicité n'est toujours pas interdite par la loi nationale et la commune de Vélizy-Villacoublay ne compte pas se mettre hors-la-loi de sorte à ce qu'elle le devienne ou qu'il soit si compliqué et inintéressant de l'implanter que cela revienne au même.

La publicité présente sur un territoire est forcément proportionnelle au territoire considéré en termes de poids économique (présence d'entreprises de rayonnement national voire international) mais aussi démographique (populations résidente et de passage cumulées).

Si le RLP doit instaurer des règles locales plus restrictives que le cadre national du Code de l'Environnement, le législateur ne définit pas jusqu'où doit aller la contrainte dans la mesure où cette latitude est laissée à la collectivité au vu de son diagnostic territorial de la publicité, de son poids démographique et économique, de ses objectifs politiques. Il s'avère que la commune de Vélizy-Villacoublay a clairement été plus loin que la réglementation nationale tout en faisant attention à ne pas déséquilibrer l'économie locale. Les formats sont à la fois bien inférieurs au maximum encore relevés aujourd'hui en France (13,5 m² hors-tout) mais aussi à la règle nationale (12 m² hors-tout). Considérant les formats possibles sur le marché de l'affichage et le poids économique de la commune il ne semble clairement pas envisageable de restreindre plus la publicité sans conséquence véritablement déséquilibrantes pour les professionnels concernés. Or, le RLP doit aussi, en prenant en compte la situation communale, préserver un équilibre entre la sphère économique et les aspects de protection du cadre de vie et des paysages.

Il ne s'agit ni d'interdire strictement la publicité extérieure à Vélizy-Villacoublay (ce qui est strictement illégal) ni d'inventer des règles qui seraient si contraignantes qu'elles obligeraient à modifier ou supprimer tous les affichages présents sur la commune (ce qui aurait un impact financier non négligeable dans une période déjà plutôt morose pour les acteurs économiques dans leur globalité) alors qu'ils sont pour la plupart tout à fait réguliers selon les règles nationales en vigueur.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur prend acte de la réponse du maître d'ouvrage.

5) Règles d'extinction nocturne trop laxistes

« Laisser des publicités éclairées toute la nuit est une mesure du siècle précédent. Les exigences de sobriété, de limitation du gaspillage et d'exemplarité imposent une règle plus contraignante que celle du règlement national.

C'est pourquoi Vélizy a choisi d'instaurer une règle pour le mobilier urbain. Mais il est regrettable que celle-ci ne soit pas alignée sur les publicités et enseignes, pour une meilleure application et compréhension.

Enfin, le créneau horaire 23 h – 6 h pourrait utilement être étendu d'une heure le matin. Pour les enseignes, une mesure plus radicale s'impose (voir paragraphe 9 « enseignes lumineuses »).

Préconisation de Paysages de France :

Imposer au minimum l'extinction nocturne de tous les dispositifs (publicités, mobilier urbain et enseignes) de 23 h à 7 h. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

C'est Paysages de France qui juge laxiste la règle d'extinction nocturne déjà localement nettement plus contraignante que la loi : 23 heures à 6 heures (exception faite du mobilier urbain éteint de minuit à 6 heures mais ce traitement particulier s'explique par le service rendu au public) contre 1 heure à 6 heures selon le cadre national.

Une telle limitation est déjà forte, voire exceptionnelle, pour une ville de ce rayonnement et ce dynamisme dans le bassin parisien et la commune ne souhaite pas aller plus loin.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur constate que la commune de Vélizy impose, dans son projet de RLP, une extinction de tous les dispositifs publicitaires plus contraignante que la réglementation nationale. Répondre à la demande de « Paysages de France » pourrait avoir un impact sur la qualité de service rendu au public, notamment en ce qui concerne les abris voyageurs.

6) Bâches de chantier : pollution à grande échelle

« Pour les bâches de chantier, le RNP autorise 50% de leur surface pour la publicité. Ces dispositifs gigantesques, visibles de très loin et systématiquement éclairés, sont incompatibles avec la notion même de protection de l'environnement.

Le projet de RLP fait l'impasse sur ce point qui mérite d'être réglementé.

Préconisation de Paysages de France :

Limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Le cadre national permet déjà de maîtriser l'affichage publicitaire sur bache de chantier mais compte tenu de la pollution visuelle susceptible d'être engendrée et de la présence actuelle ou à venir des chantiers sur la commune, cette observation pourra être prise en compte dans le projet soumis à l'approbation du conseil municipal de Vélizy-Villacoublay.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur note l'observation intéressante de l'association « Paysages de France » pouvant être prise en compte par le maître d'ouvrage.

7) Omniprésence de la publicité sur mobilier urbain

« Le projet prévoit d'autoriser massivement et sans la moindre règle de densité, y compris dans le « cœur historique », la publicité sur mobilier urbain.

Indépendamment des très graves atteintes portées au paysage et au cadre de vie, des effets de banalisation ainsi engendrés, un tel parti pris apparaît déraisonnable et même inacceptable aujourd'hui.

La logique consistant à faire des voies publiques (trottoirs) des lieux où peuvent se déployer de tels panneaux publicitaires va, en effet, très exactement à l'encontre de ce qu'une collectivité se doit de faire en matière d'environnement.

Quel exemple donnerait Vélizy-Villacoublay en polluant ainsi l'espace public, encombrant des trottoirs dont la vocation première est le déplacement des piétons pour se rendre à leur travail, faire leurs courses ou tout simplement flâner ?

Consacrer des lignes budgétaires à l'amélioration du cadre de vie, à l'embellissement de l'espace public, à des aménagements paysagers, au fleurissement de la ville, etc., et polluer ce même espace public en y installant des panneaux publicitaires est incohérent.

De plus, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique ainsi que la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage nécessitent que les mesures qui seront prises n'aillent pas à contresens de ce qu'il convient de faire et de l'exemple qu'une collectivité se doit de donner à ses administrés.

De la publicité numérique sur mobilier urbain, une faute majeure

Le projet autorise des panneaux de 8 m² avec publicité numérique, soit le format maximum défini par le RNP.

Or les écrans numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'ils soient muraux ou au sol, font partie des dispositifs qui, outre leur effet de banalisation, ont le plus fort impact sur leur environnement ;

L'effet perturbateur de ces derniers sur l'ambiance paysagère d'un lieu, du fait notamment d'éclairs (flashes) intermittents, est extrêmement violent ;

Des enjeux environnementaux et sociétaux majeurs sont également en cause, telle la protection du ciel nocturne, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique, la surconsommation et le gaspillage des ressources de la planète, la mise en

difficulté de certaines catégories de personnes au faible pouvoir d'achat (Incitation continue, et par toutes sortes de procédés, à acheter et consommer).

Alors que, partout, l'ordre du jour est à la réduction de l'éclairage public et alors que, nous répète-t-on jour après jour, la « planète brûle », installer massivement des publicités lumineuses va très exactement à l'encontre des mesures que les collectivités se doivent aujourd'hui de prendre dans le cadre de la transition écologique et de tout ce qu'il convient de faire en matière de lutte contre le réchauffement climatique.

Comment demander aux citoyens d'agir au quotidien par de multiples gestes et d'accepter les contraintes qu'impose l'urgence écologique, si, dans le même temps la collectivité donne un contre-exemple de ce qu'il convient en toute logique de faire ?

Comment une collectivité pourrait-elle justifier ce gaspillage énergétique ?

Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire.

L'article R581-42 du Code de l'environnement précise bien que « Le mobilier urbain peut, à titre accessoire eu égard à sa fonction [...], supporter de la publicité non lumineuse ou de la publicité éclairée par projection ou par transparence. »

Or de nombreuses collectivités font preuve d'un laisser-faire caractérisé dans ce domaine. Alors qu'elles "ont la main" sur le contrat de mobilier urbain, elles laissent prospérer en toute illégalité du mobilier urbain pour l'information avec une face publicité placée dans le sens de circulation principal et une face information municipale au dos beaucoup moins visible.

Le rôle du bureau d'étude en la matière est de conseiller la ville en lui demandant, comme le font certaines collectivités, de rappeler clairement dans une mesure du RLP le rôle accessoire de la publicité sur ces dispositifs.

Publicité sur les abris voyageurs : une agression pour les usagers

Concernant la publicité sur les abris pour voyageurs, force est de constater que les collectivités ont tendance à l'autoriser quasi-systématiquement.

Bien qu'un abri destiné au public n'ait nullement pour vocation de servir de support à des panneaux publicitaires, ce procédé a tendance à envahir de plus en plus l'espace public.

Or cette pratique est particulièrement intrusive car les publicités en question sont implantées au niveau même du regard et jusqu'à quelques centimètres seulement des yeux des personnes.

Préconisation de Paysages de France :

- Limiter le mobilier urbain à 2 m² maximum.

- Interdire le numérique.

- Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à une seule face.

- Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.

- Imposer une règle d'extinction nocturne de 23 h à 7 h.

-Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)

Réponse du Maître d'ouvrage :

Dans les faits, une très large majorité des mobiliers urbains présents sur la commune n'accueille, à titre accessoire, que 2 m² de publicité. Au titre de la convention d'affichage seuls 24 supports au maximum peuvent avoir une surface unitaire de 8 m² ce qui représente moins de 10% du total des mobiliers urbains présents sur le territoire communal. Il semble donc hors de propos d'imaginer une « invasion » de la commune par des dispositifs de grand format.

Comme expliqué plus avant dans le propos, la commune a choisi de disposer de huit dispositifs numériques dont un grand format (8 m²) et ils permettent de façon très versatile et surtout extrêmement rapide d'afficher notamment des informations liées à la circulation et à la sécurité routière à l'attention des usagers de la route mais aussi tout type d'information urgente à l'attention des citoyens et usagers véliziens. Il n'est pas prévu d'en installer de nouveaux et la plage d'extinction nocturne les concernera au même titre que les autres dispositifs de publicité extérieure, excepté bien entendu événement exceptionnel -type épisode météorologique- où seuls des messages d'alerte et d'informations locales seront diffusés y compris entre 23 heures et 6 heures. Leur impact visuel est fortement diminué du fait des technologies employées (voir plus haut).

Concernant les abris destinés aux voyageurs, le Code de l'Environnement les encadre déjà de façon stricte et le service rendu est de toute façon supérieur à tout affichage puisqu'il s'agit d'abriter les voyageurs. Personne n'irait prétendre le contraindre. La commune choisit donc de suivre les règles nationales en vigueur.

La loi n'oblige pas encore à ce jour à un sens d'implantation de la publicité sur le mobilier urbain.

Les règles d'extinction nocturne s'appliquent aux faces publicitaires du mobilier urbain en tenant compte du service rendu aux usagers par celui-ci. Il a donc été envisagé une heure d'extinction nocturne en moins (début à 23 heures plutôt qu'à minuit).

Enfin pour la densité celle-ci n'a pas à faire l'objet d'une règle dans le règlement local puisque le cadre national ne l'envisage même pas. Il pourrait donc être attaqué d'en édicter localement et la commune ne souhaite pas fragiliser ainsi son document. L'implantation et le nombre de dispositifs est fonction des besoins réels et envisagés en matière de communication par la commune. Aucun dispositif installé à Vélizy-Villacoublay n'est dû au hasard.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le maître d'ouvrage répond en partie à la demande de limiter la publicité sur le mobilier urbain à 2 m² maximum puisqu'une très large majorité est dans cette norme.

En ce qui concerne les dispositifs numériques, il confirme qu'il n'est pas prévu d'en installer d'autres et met en avant l'intérêt et les caractéristiques de ce dispositif. Sur ce point, le commissaire enquêteur a déjà fait un commentaire au niveau du thème « Panneaux publicitaires lumineux et numériques ».

La préconisation d'imposer une règle d'extinction nocturne de 23h à 7h a aussi déjà fait l'objet d'une réponse précédemment.

Les demandes de limiter la publicité à une seule face pour les abris voyageurs et de placer les informations municipales visibles dans le sens de la circulation, sur le mobilier urbain d'information, n'ont pas été retenus par le maître d'ouvrage.

Le commissaire enquêteur tient à rappeler que l'édification et la maintenance des abris voyageurs n'est assuré que grâce aux recettes publicitaires. Progressivement les collectivités et les transporteurs ont abandonnés la création et la maintenance de ces installations en régie faute de moyens financiers.

Enfin, sur la règle de densité, le maître d'ouvrage rappelle que cette règle n'existe pas dans le cadre niveau national et n'envisage pas de l'instituer.

ENSEIGNES

8) Des enseignes sur façade démesurées

« Le Code de l'environnement impose une règle de pourcentage qui, sur de grands établissements, peut aboutir à des enseignes « hors normes »

À titre d'exemple, un bâtiment dont la façade mesure 100 m de longueur et 8 mètres de hauteur peut, en application des règles nationales, recevoir une enseigne de 120 m² !

Si cette règle de pourcentage a bien été « limitée » en ZP1 et ZP2 en ne conservant que le chiffre de 15 %, il n'en est rien pour la ZP3 dont les établissements pourront disposer d'enseignes représentant 25 % de la surface commerciale si celle-ci fait moins de 50 m².

La limitation à 2 m de haut n'est qu'une faible restriction puisqu'aucune limite ne concerne la largeur de l'enseigne, qui pourrait ainsi occuper toute la largeur du bâtiment.

Afin d'éviter les débordements que permettrait le projet de règlement dans sa version actuelle, il convient donc d'assortir la règle nationale d'un plafond ou surface maximale, indépendante de la seule règle de pourcentage.

Cette limitation aurait pour effet de favoriser un exercice plus équilibré et « serein » de la concurrence entre activités, notamment éviter que des dispositifs surdimensionnés ne portent préjudice sur ce plan aux activités dont les enseignes sont d'une surface plus réduite.

Préconisation de Paysages de France :

- Limiter à 6 m² pour chaque façade supérieure à 50 m²
- Limiter à 4 m² pour chaque façade inférieure à 50 m² »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Le Code de l'Environnement prévoit des règles déjà suffisamment strictes pour limiter les saturations de façades et devantures commerciales. Les règles introduites en sus par le

nouveau RLP viennent renforcer cet objectif. La ZP3 correspond aux 3 grands centres commerciaux dont le centre commercial régional Westfield Vélizy 2. De telles limitations seraient hors d'échelle des bâtiments concernés et des grands magasins qu'ils contiennent.

Commentaire du commissaire enquêteur :

La préconisation de Paysages de France ne paraît pas adaptée en raison du contexte particulier du centre commercial régional qui a des besoins spécifiques en matière d'enseignes.

9) Des enseignes lumineuses détournées à des fins publicitaires

« L'article L. 581-3 du Code de l'environnement stipule que « Constitue une enseigne toute inscription, forme ou image apposée sur un immeuble et relative à une activité qui s'y exerce. »

Dès lors que l'activité en question ne s'y exerce plus (entre la fermeture et l'ouverture de l'établissement), l'enseigne n'a plus de raison d'être. Ce raisonnement prend toute sa force avec les enseignes lumineuses qui sont ainsi détournées de leur usage initial à des fins publicitaires.

La règle d'extinction proposée (23 h – 6 h) ne limite qu'à la marge le gaspillage énergétique. De plus, cela ne correspond à aucune nécessité des établissements commerciaux, ni à aucun besoin des consommateurs.

Préconisation de Paysages de France :

- *Imposer l'extinction des enseignes lumineuses de 1 h après la fermeture de l'établissement à 1 h avant l'ouverture.*
- *A défaut, extinction de 23 h à 7 h. »*

Réponse du Maître d'ouvrage :

Les propositions de l'association sont une répétition de la loi nationale en vigueur qui évidemment s'applique à Vélizy-Villacoublay. L'extinction nocturne a par ailleurs été fixée de 23 heures à 6 heures en cohérence avec la publicité.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Sans commentaire.

10) Enseignes numériques : énergivores, agressives et accidentogènes

« Le RLPi autoriserait des enseignes numériques dans toutes les zones de l'agglomération. Imaginons l'invasion promise des télévisions géantes de 8 m² dans toute la ville !

Les enseignes numériques, diffusant des images fixes ou animées, qu'elles soient murales ou au sol, sont considérés par les professionnels comme ayant le plus fort impact sur leur

environnement. Leur effet sur l'ambiance paysagère des lieux, et cela à grande distance, n'est plus à démontrer.

Leur "agressivité", du fait notamment de la puissance lumineuse diffusée et d'éclairs (flashes) intermittents tout particulièrement en fin de journée ou en soirée selon les saisons, est considérable. Il n'est donc pas étonnant qu'une étude conduite dans le Douaisis fasse état d'un « impact visuel de 700 % plus important qu'un dispositif traditionnel. »

Ils aggravent en outre, et cela de façon très importante, la pollution du ciel nocturne. Ce sont également, de très loin, les dispositifs les plus accidentogènes. Ils sont enfin une cause de gaspillage énergétique d'autant plus choquante que ce gaspillage prend une allure ostentatoire.

Diffusant des messages mobiles, animés et renouvelables en permanence, ils jouent désormais le rôle de publicités démultipliées, notamment sur l'emprise de certaines grandes et moyennes surfaces commerciales.

Pour toutes ces raisons, nombre de communes interdisent purement et simplement sur l'ensemble de leur territoire les enseignes numériques.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire les enseignes numériques. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Les possibilités d'enseignes numériques sont fortement réduites dans le futur RLP puisqu'elles se limitent à un support de surface réduite (ZP1 : 2 m² et ZP2 et ZP3 : 8 m²) par unité foncière quel que soit le nombre d'activités s'y déroulant, ce type d'enseignes permettant de façon versatile d'afficher bien plus d'informations qu'aucun autre dispositif. La commune ne souhaite pas modifier son projet.

Commentaire du commissaire enquêteur :

A la préconisation de Paysages de France d'interdire les enseignes numériques, le maître d'ouvrage répond que leurs possibilités sont fortement réduites puisqu'elle se limitent à un support de surface réduite, suivant les zones, par unité foncière.

Le commissaire enquêteur soulève le risque que de telles dispositions induiraient. En effet, rapidement, de très nombreuses enseignes numériques pourraient être implantés sur des espaces privées modifiant ainsi notablement l'environnement.

11. Des enseignes scellées au sol inutiles

« Les dispositifs de ce type se caractérisent souvent par leur aspect clinquant du fait notamment des matériaux et des couleurs utilisés.

Étant scellés au sol, ces dispositifs impactent fortement le paysage même lorsque leur surface est contenue.

Leur utilité n'est nullement avérée, ces derniers pouvant même avoir des effets pervers :

- En réduisant ou « brouillant » la lisibilité des enseignes apposées sur le bâtiment où s'exerce l'activité.

- En provoquant un effet de surenchère entre les acteurs économiques et en défavorisant les activités qui ne peuvent se signaler par une enseigne au sol, ce qui va très exactement à l'encontre d'un exercice équilibré de la concurrence.

La limitation à 10 m² en ZP2 et ZP3 est nettement insuffisante pour contrer les effets négatifs de ces dispositifs.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Compte tenu des limitations nationales (« un dispositif placé le long de chacune des voies ouvertes à la circulation publique bordant l'immeuble où est exercée l'activité signalée », cf. article R. 581-645 du Code de l'Environnement), ce type d'enseigne est déjà suffisamment contrainte par la réglementation. De plus, la commune a drastiquement réduit leur impact visuel et donc paysager en limitant leur format. Il n'y a donc pas lieu d'accabler encore plus les activités économiques devant déjà s'astreindre à un certain nombre de mises en conformité pour suivre la règle de limitation de nombre.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur prend acte de la réponse du maître d'ouvrage.

12) Des enseignes sur toiture énormes

« Pas plus que les enseignes au sol, les enseignes sur toiture ne répondent à une nécessité, sinon à servir de prétexte à une surinformation et à servir, non pas à signaler le bâtiment où s'exerce une activité, mais à faire la publicité de l'établissement.

Leur impact est d'autant plus grand qu'elles sont généralement installées sur des bâtiments peu élevés. Très hautes, pouvant atteindre de 3 à 6 m et une surface cumulée de 60 m², elles écrasent le bâtiment, se découpent sur le ciel et s'imposent dans le paysage.

Nombre de communes ou d'intercommunalités interdisent ce type de dispositifs, non seulement dans leur centre-ville, mais également et jusque dans les secteurs d'activité commerciale.

L'interdiction de ces enseignes en ZP1 et la limitation de leur hauteur à 2 m en ZP2 montre bien que la collectivité a conscience de leur inutilité. Les interdire sur toute l'agglomération ne serait donc que la poursuite logique de cette demi-mesure.

Préconisation de Paysages de France :

Interdire les enseignes sur toiture en toutes zones, ou à défaut limiter à 8 m² en ZP3. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Ce type d'enseignes est encadré par le Code de l'Environnement et les règles envisagées par la commune les contraignent encore plus. La commune interdit effectivement ces enseignes en centralité où elles sont inefficaces les activités se situant assez souvent en rez-de-chaussée d'immeubles résidentiels ou d'utilisation mixte. En revanche en ZP3, elles peuvent permettre à des établissements de grande ampleur (centres commerciaux) d'afficher de façon visible leur dénomination commerciale (ce qui est le but premier d'une enseigne) et en ZP2 elles ne seront pas cumulables avec des enseignes en façade et permettent ainsi de préserver la façade tout en offrant aux établissements concernés une visibilité supérieure. Chaque fois qu'elles sont autorisées, elles devront être constituées de lettres ou de signes découpés dissimulant leurs fixations et implantées au plus près de l'acrotère ou du plan de toiture. Actuellement, les enseignes en toiture sur la commune respectent ces règles ce qui les rend bien plus discrètes que certaines enseignes en façades sous forme de caissons ou de toiles tendues. Il est donc primordial d'agir plutôt sur ces dernières, ce qui est le cas par l'obligation d'enseignes en lettres découpées en façade comme en toiture. La commune considère donc que le cadre envisagé permet véritablement de se prémunir d'installations vraiment dégradantes pour les paysages et le cadre de vie.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le projet de RLP permet une évolution par rapport à la situation existante sans toutefois répondre à la demande de l'association « Paysages de France ». La position du maître d'ouvrage est justifiée par l'importance du tissu économique existant sur la commune.

13) Les enseignes hors agglomération oubliées

« Les enseignes hors agglomération ont été en grande partie exclues du projet. Bien que citées en préambule du titre 5, page 10 « les dispositions qui suivent sont applicables sur l'intégralité du territoire communal, y compris hors agglomération. », on ne peut que regretter l'oubli des enseignes parallèles au mur, des enseignes sur toiture et des enseignes scellées au sol dans les articles 22, 24 et 25.

On pourrait ainsi aboutir, hors agglomération, à des enseignes scellées au sol de 12 m², des enseignes sur toiture jusqu'à 60 m² ! Et des enseignes sur façade et numériques pouvant atteindre des surfaces hors norme.

Préconisation de Paysages de France :

Appliquer à ces enseignes les dispositions concernant la ZP 1. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

L'agglomération couvre l'intégralité des secteurs bâtis de la commune et son document d'urbanisme ne prévoit pas d'extension d'urbanisation. Les enseignes hors agglomération n'ont donc pas lieu d'être réglementées.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Sans commentaire.

N° 10 Courriel - Monsieur Michel Rouleau – Responsable Régional Patrimoine Ile de France Ouest de la société JC Decaux

« Relevant quelques coquilles rédactionnelles, nous vous dressons ci-après quelques recommandations visant à parfaire la bonne compréhension du futur règlement Vélizien et ne laisser place à aucune incertitude dans son application à venir.

- 1) Supprimer la référence aux « dispositifs publicitaires sur abribus » relayée au sein du rapport de présentation dans ses pages 34, 36, 37, le mobilier urbain n'étant support de publicité qu'à titre accessoire ;*
- 2) Faire préciser la définition de « la notion de surface unitaire » insérée au lexique du règlement vis-à-vis du mobilier urbain et ce, conformément à l'article 4 du règlement qui rappelle que « les surfaces indiquées pour la publicité/pré-enseigne supportée à titre accessoire par du mobilier urbain dans le présent règlement s'entendent comme étant celle de la surface d'affiche hors encadrement comme l'indique l'instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités » ;*
- 3) Maintenir le régime prévu par la Règlementation nationale à l'égard du mobilier urbain publicitaire vis-à-vis de l'extinction nocturne (article R.581-35 du Code de l'environnement) et modifier les articles 8, 14 et 20 du règlement relatif au « Plage d'extinction nocturne » comme suit :*

« Les publicités/pré-enseignes lumineuses sont éteintes entre 23 heures et 6 heures, à l'exception de celles éclairées par projection ou transparence supportées par le mobilier urbain et des publicités numériques supportées par le mobilier urbain, à condition que leurs images soient fixes qui devront être éteintes de minuit à 6 heures ».

*En effet, toute restriction à l'égard du mobilier urbain au sein d'un RLP demeure surabondante. En effet, contrairement aux dispositifs exclusivement publicitaires, la personne publique gestionnaire ou propriétaire de son domaine, **autorise ou non** l'implantation du mobilier urbain publicitaire sur son territoire, et ce même si le RLP l'autorise au départ.*

Le RLP doit permettre au mobilier urbain de répondre aux souhaits de la collectivité, ces derniers pouvant évoluer dans le cadre des contrats conclus sur de longues durées.

Aussi, au-delà des restrictions liées à l'exploitation publicitaire sur le territoire communal, les contraintes formulées à l'égard du mobilier urbain au sein du RLP restreignent les moyens de communication ainsi que les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir et qui ne peuvent à date être identifiés. »

Réponses du Maître d'ouvrage :

La commune a choisi d'exposer à sa population et plus largement ses usagers l'ensemble des contraintes qu'elle souhaite appliquer à tous les supports de publicité extérieure existant ou à venir sur son territoire. Si jamais les besoins et souhaits de la collectivité devaient évoluer, elle ferait évoluer parallèlement sa réglementation locale.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le maître d'ouvrage choisi de maintenir certaines règles prévues dans le projet de RLP sans les adapter aux demandes d'un opérateur présent sur la commune.

N° 13 Courriel - Monsieur Charles-Henri Doumerc – juriste – Union de la Publicité Extérieure (syndicat professionnel)

« 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 4 « Dispositions générales » du projet de RLP contient les dispositions suivantes :

« Les dispositifs publicitaires, enseignes et pré-enseignes doivent avoir une intégration paysagère respectueuse de leur environnement bâti et naturel. »

« L'encadrement des publicités et pré-enseignes doit être réalisé dans des couleurs neutres et teintes discrètes. »

L'obligation d'intégration paysagère respectueuse de l'environnement est beaucoup trop générale et peut entraîner une grande insécurité juridique pour les entreprises chargées de respecter le RLP ainsi que pour les autorités de police administrative. En effet, l'obligation d'intégration paysagère respectueuse de l'environnement implique une appréciation subjective et ne repose pas sur des éléments précis.

En outre, une telle obligation est difficile à définir et peut se heurter à l'objectif constitutionnel de clarté et d'intelligibilité de la norme tel qu'appliqué par les juridictions administratives aux RLP (voir en ce sens, CAA Paris, 30 juillet 2019, N° 17PA23182).

De plus, l'obligation de couleurs neutres et de teintes discrètes applicable à l'encadrement des dispositifs publicitaires est contraire à l'identité visuelle des sociétés d'affichage, lesquelles utilisent leurs propres standards.

Nous préconisons de supprimer ces obligations. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

La commune rappelle que quel que soit les dispositifs publicitaires considérés, la notion d'intégration paysagère est un préalable compte tenu de la nécessité de préservation des paysages et du cadre de vie qui est assigné au RLP ; elle conservera donc ces préconisations afin de rappeler leurs obligations aux personnes concernées.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur note la volonté du maître d'ouvrage de veiller à une bonne intégration paysagère des dispositifs publicitaires.

2. Zone de publicité n°1

« L'article 5 « Interdiction » du projet de règlement prévoit d'interdire l'implantation de dispositifs publicitaires scellés au sol en ZP1.

Eu égard à l'environnement urbain de ce secteur, nous demandons que l'article 5 précité s'entende hors quais du tramway.

Ainsi, il conviendrait de modifier les dispositions de l'article 5 du projet de règlement de la manière suivante :

« Sont interdits :

- Les publicités ou pré-enseignes apposées sur un mur ou une clôture ;*
- Les publicités ou pré-enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol, à l'exception des quais du tramway ; »*

Réponse du Maître d'ouvrage :

La commune ne souhaite pas autoriser de publicité dite « classique » dans ces secteurs majoritairement résidentiels. Seule la publicité apposée à titre accessoire sur mobilier urbain sera autorisée y compris sur les quais du tramway.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Pas de commentaire.

3. Format des publicités

« Nous prenons bonne note des dispositions liées au format des publicités.

Cependant, les articles 10 et 16 « Dispositifs publicitaires ou pré-enseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol » du projet de règlement disposent que :

« Les publicités ou pré-enseignes, lumineuses ou non, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol ni avoir une surface unitaire, encadrement compris, excédant 10,50 m², sans toutefois excéder 8 m² de surface d'affiche. »

La formulation des dispositions susmentionnées des articles 10 et 16 peut, selon nous, prêter à confusion et entretenir une réelle insécurité juridique. Il conviendrait de simplifier ces articles de la manière suivante :

« Les publicités ou pré-enseignes, lumineuses ou non, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol ni avoir une surface utile d'affichage excédant 8 m², et 10,50 m², encadrement compris. »

Par ailleurs, s'agissant de la publicité numérique, les articles 12 et 18 « Publicité numérique » du projet de règlement énoncent que :

« Les publicités/pré-enseignes numériques ne peuvent ni s'élever à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol ni avoir une surface unitaire, encadrement compris, excédant 2,90 m², sans toutefois excéder 2 m² de surface d'affiche. »

Il convient ici, pour la publicité numérique, de se fonder sur la surface d'écran et non sur la surface d'affiche.

Nous préconisons ainsi de modifier en ce sens les articles 12 et 18 susmentionnés. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

La formulation est très claire et précise justement pour permettre à chacun de bien l'appréhender. Cette écriture sera donc conservée.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur prend acte de cette réponse.

4. Obligation de recourir à des dispositifs publicitaires scellés au sol de type monopied (ZP2)

« L'article 10 « Dispositifs publicitaires ou pré-enseignes scellés au sol ou installés directement sur le sol » du projet de règlement impose que ces dispositifs soient de type monopied. Il est important d'éviter d'imposer des investissements de « sur-mesure ». Chaque opérateur dispose de son propre design en termes de dispositifs publicitaires.

De plus, cette disposition aurait pour conséquence de déposer de nombreux dispositifs pourtant conformes à la réglementation nationale. Cela aurait pour conséquence de multiples mises au rebus de matériels, ce qui s'avère contraire à une logique de réduction des déchets.

Dans ces conditions, nous demandons la suppression de cette obligation. Ainsi, il conviendra de modifier en ce sens l'article 10 précité du projet de règlement. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Cette restriction est le résultat d'une réflexion paysagère forte de la collectivité. A format égal, les dispositifs monopied ayant indubitablement un impact paysager très inférieur à ceux en double pied, il est dès lors nécessaire d'opter pour les premiers. A Vélizy-Villacoublay cela ne devrait avoir pour conséquence que de supprimer un nombre réduit de dispositif qui par ailleurs sont parfois déjà non conformes au Code de l'Environnement pour d'autres raisons (surface excessive, mauvais entretien, implantation erronée, ...).

Commentaire du commissaire enquêteur :

Sans commentaire.

5. Règle de densité (ZP2 et ZP3)

« Le projet de RLP prévoit, en son article 13 « Densité », la règle suivante applicable en ZP 2 :

« Sur une unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 50 mètres linéaire, il ne peut être installé qu'un dispositif publicitaire ou pré-enseigne, lumineux ou non, scellé au sol ou installé directement sur le sol.

Sur une unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur inférieure ou égale à 50 mètres linéaire, il ne peut être installée aucune publicité/pré-enseigne. »

*Afin de tenir compte du morcellement parcellaire naturel constaté en zone urbanisée, nous suggérons l'établissement d'un linéaire minimal de **30 mètres** pour l'installation d'un dispositif scellé au sol.*

De plus, en ZP 3, l'article 19 « Densité » du projet de règlement prévoit les dispositions suivantes :

« Sur une unité foncière dont le côté bordant la voie ouverte à la circulation publique est d'une longueur supérieure à 250 mètres linéaire, il peut être installé deux dispositifs publicitaires ou pré-enseignes d'une surface unitaire maximum de 2 m² et un dispositif publicitaire ou pré-enseigne d'une surface unitaire maximum de 8 m² par tranche complète de 250 mètres linéaire. »

Afin de tenir compte du caractère commercial et économique de ce secteur, nous préconisons l'établissement d'une règle simple de densité non fondée sur le format, qui pourrait être la suivante :

- Linéaire inférieur à 250 mètres : un dispositif publicitaire scellé au sol ;*
- Linéaire supérieur à 250 mètres : un dispositif publicitaire scellé au sol par tranche complète de 50 mètres linéaire, au-delà des 250 mètres initiaux. »*

Réponse du Maître d'ouvrage :

L'objectif étant de limiter les dispositifs, non d'ouvrir des possibilités supplémentaires non nécessaires et surtout impactantes sur le cadre de vie et les paysages. La commune ne donnera pas suite à cette demande qui a déjà reçu cette réponse lors de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites réunie en Préfecture à Versailles. L'ensemble des acteurs présents ce jour, à l'exception de l'auteur de la présente observation, ont salué ce choix communal y compris les autres professionnels votants.

Commentaire du commissaire enquêteur :

La réponse du maître d'ouvrage est en cohérence avec son choix de préserver le cadre de vie et les paysages.

6. Observations complémentaires

- Interdiction des bâches publicitaires

« Le projet de règlement entend interdire purement et simplement l'implantation de bâches publicitaires.

Interdire les bâches publicitaires revient à se priver de toute forme de communication originale pour les années à venir.

Or, en application de l'article L581 9 du code de l'environnement, les bâches publicitaires sont soumises à autorisation du maire au cas par cas. La loi confère ainsi au maire un pouvoir d'appréciation pour l'implantation de ces publicités.

Nous préconisons de ne pas interdire de manière générale ces types de support publicitaire mais de les prévoir dans le RLP afin d'anticiper tout type de besoin de communication à l'avenir par les acteurs locaux. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

L'objectif étant de limiter les dispositifs, non d'ouvrir des possibilités supplémentaires non nécessaires et surtout impactantes sur le cadre de vie et les paysages, la commune ne donnera pas suite à cette demande qui a déjà reçu cette réponse lors de la Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites réunie en Préfecture à Versailles. L'ensemble des acteurs présents ce jour, à l'exception de l'auteur de la présente observation, ont salué ce choix communal y compris les autres professionnels votants.

Commentaire du commissaire enquêteur :

La réponse du maître d'ouvrage est en cohérence avec son choix de préserver le cadre de vie et les paysages.

- Publicité lumineuse

« Les articles 10 et 16 précités disposent que :

« Les publicités ou pré-enseignes, **lumineuses ou non**, scellées au sol ou installées directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol ni avoir une surface unitaire, encadrement compris, excédant 10,50 m², sans toutefois excéder 8 m² de surface d'affiche. »

La publicité lumineuse comporte la publicité éclairée par projection ou par transparence ainsi que la publicité numérique stricto sensu. Cependant, la publicité éclairée par projection ou par transparence suit le régime juridique de la publicité non lumineuse (article R581-34).

Ainsi, nous préconisons de bien préciser aux articles 10 et 16 qu'il s'agit effectivement de la publicité lumineuse ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence.

Il conviendra de modifier ces dispositions de la manière suivante :

« Les publicités ou pré-enseignes, **non lumineuses ainsi que les publicités lumineuses ne supportant que des affiches éclairées par projection ou par transparence**, scellées au sol ou

installées directement sur le sol ne peuvent ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol ni avoir une surface unitaire, encadrement compris, excédant 10,50 m², sans toutefois excéder 8 m² de surface d'affiche. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

La rédaction du règlement vient en complément du Code de l'Environnement et est suffisamment claire pour ne pas être sujette à interprétation. Dans chaque zone les typologies de dispositifs autorisés sont explicitées, puis leur luminosité, voire la possibilité qu'il soient numériques, est étudiée à part.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Sans commentaire.

- **Lexique**
- **Agglomération**

« Le lexique annexé au projet de RLP définit l'agglomération de la manière suivante : « Une agglomération est un espace sur lequel sont groupés des immeubles bâtis rapprochés et dont l'entrée et la sortie sont signalées par des panneaux placés à cet effet le long de la route qui le traverse ou qui le borde. »

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

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

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

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

Réponse du Maître d'ouvrage :

Cette demande sera étudiée lors de l'approbation du projet de RLP.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur déplore l'absence de réponse précise du maître d'ouvrage.

N° 15 Courrier manuscrit - Madame Esther Penouilh

« La législation nationale et les dispositions du projet de RLP ne semblent pas en cohérence, par exemple concernant la publicité dans les abris-bus. Des associations (Paysage de France) font référence à des surfaces de 2 m² de publicité pour 450 m² de surface abritée au

sol, tandis que le règlement local porte sur 2 m² + 2 m² pour 450 m² de surface abritée au sol. Qu'en est-il vraiment ? »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Voilà ce que dit le Code de l'Environnement : « Les abris destinés au public peuvent supporter des publicités d'une surface unitaire maximale de 2 mètres carrés, sans que la surface totale de ces publicités puisse excéder 2 mètres carrés, plus 2 mètres carrés par tranche entière de 4,50 mètres carrés de surface abritée au sol. L'installation de dispositifs publicitaires surajoutés sur le toit de ces abris est interdite. »

Commentaire du commissaire enquêteur :

Cette réponse n'appelle pas de commentaire.

« Par ailleurs la distance entre deux panneaux publicitaires dans l'espace public n'est pas clairement précisée. J'ai cru comprendre que c'est 100 mètres. Il conviendrait d'inclure ce type d'information dans le RLP. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

C'est faux. Le Code de l'Environnement ne définit pas de telle mesure. Les règles de densité (page 15) ainsi que les autres règles les plus importantes du corpus réglementaire national sont explicitées dans le tome 1 du projet de RLP (rapport de présentation, pages 11 à 30).

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur prend note de la précision apportée.

DIVERS

N° 8 Courriel - Madame Michele VIE

« Je souhaiterais avoir les précisions suivantes :

Les plaques des professions médicales et paramédicales ou autres professions libérales sont-elles concernées par le RLP ?

Est-ce que celles-ci seraient conformes au RLP ? »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Oui et a priori mis à part sur les clôtures ajourées, où pour des questions d'intégration elles n'auraient pas dû se trouver, elles seront toutes conformes au futur RLP.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Pas de commentaire.

N° 15 Courrier manuscrit - Madame Esther Penouilh

« Des panneaux J. C. Decaux le long du tramway empiètent sur les espaces verts et sur les circulations des piétons. Ces panneaux doivent être retirés pour rendre ces espaces verts à leur vocation première. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

Cette assertion ne se vérifie pas en réalité. Les dispositifs installés par JCDecaux l'ont été sous l'égide de la RATP qui veille scrupuleusement à ce que de tels supports ne viennent pas gêner les circulations piétonnes et les espaces publics.

Commentaire du commissaire enquêteur :

L'observation ne précisant aucun lieu précis, il n'a pas été possible par le commissaire enquêteur de vérifier cette affirmation.

3.2 Avis des PPA

○ Avis Direction départementale des territoires :

« L'examen du projet appelle les observations suivantes :

En ce qui concerne les prescriptions communes aux documents (Rapport de présentation et règlement)

Il convient de mettre en cohérence le rapport de présentation et le règlement.

En effet, dans le règlement, les dispositions concernant la publicité sont identiques en ZP2 et ZP3 sauf pour la règle de densité. Dans le rapport de présentation, il n'est fait mention que de la ZP2, alors que pour la densité, les 2 zones sont spécifiées.

Pour plus de cohérence avec le règlement, il convient d'ajouter ZP3 après la mention ZP2 à la page 54 du rapport de présentation.

Par ailleurs, concernant les choix retenus en matière d'enseignes, à la page 55 du rapport de présentation, il est précisé que la saillie des enseignes perpendiculaires est de 80 cm et que ces mêmes enseignes perpendiculaires sont limitées en nombre à une par façade. En revanche, la hauteur et la surface des enseignes ne sont pas explicitées.

Ces éléments étant importants, il convient de les préciser dans le rapport de présentation.

Sous réserve que soient prises en compte les différentes remarques du présent avis, je donne un avis favorable à ce projet de règlement local de publicité. »

Réponse du Maître d'ouvrage :

L'ensemble de ces remarques étant parvenus très rapidement à la collectivité, elles ont fait l'objet de corrections pour le projet à soumettre au conseil municipal pour approbation.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur prend acte de cette réponse.

3.3 Questions du commissaire enquêteur :

- *L'implantation des panneaux publicitaires lumineux et numériques fait l'objet de vives critiques par un certain nombre d'habitants. Quelle est la répartition entre part publicitaire et information municipale ?*

Réponse du Maître d'ouvrage :

La commune tient à préciser d'abord que si un support numérique est forcément un support lumineux, l'inverse est faux. Un dispositif lumineux peut-être éclairée par projection, transparence, LED, numérique, ...

Seul le mobilier urbain doit règlementairement prévoir une part minimale entre informations locales non publicitaires et informations commerciales. Cette part est de 50% au minimum d'informations non commerciales (cf. article R. 581-47 du Code de l'Environnement) et en ce moment compte tenu du contexte économique elle est plus proche à Vélizy-Villacoublay de 60 à 70%.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Comme déjà précisé dans le commentaire sur les observations relatives à ces dispositifs l'affirmation de 60 à 70% est fautive. En effet, lors d'un déplacement sur site, le commissaire enquêteur a pu constater que la communication commerciale était à hauteur de 50%. Par ailleurs les messages délivrés, en plein jour, étaient courts et très lumineux (presque des flashes) pouvant provoquer une sensation de gêne. A 17h45, en semaine, à l'observation de plusieurs cycles, aucun message lié à la circulation et à la sécurité routière n'a été diffusé.

- *Des incohérences apparaissent, sur le rapport de présentation, entre les points concernant les enseignes en infraction, signalées sur le plan page 49, et le positionnement des enseignes sur le plan figurant en page 40. Pouvez-vous en donner les explications ?*

Réponse du Maître d'ouvrage :

Le plan figurant page 40 expose la totalité des enseignes recensées sur le territoire vélizien (hors zones pavillonnaires et quartier Mozart) ; compte tenu du nombre important les points les symbolisant sont de petit format. A contrario, la carte page 49 ne montre que les enseignes susceptibles d'être non conformes au Code de l'Environnement ; compte tenu de leur nombre plus réduit, les points utilisés sont nettement plus gros ce qui explique cette impression de différence mais il n'en est rien.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Le commissaire enquêteur prend note de cette réponse. Toutefois, le plan page 49 n'est pas très lisible car les couleurs grises et jaunes, pour représenter certaines enseignes, sont noyées dans le fond de plan. Il serait nécessaire, pour le projet devant être soumis à approbation, d'engager des modifications de couleurs avec un agrandissement du plan.

- *En principe, un RLP s'applique dès son approbation par le conseil municipal. Le rapport de présentation ne fait pas figurer sur le plan, page 49, l'ensemble des enseignes en infraction, dans les zones d'habitats (notamment pavillonnaires). Est-il envisageable de prévoir, dans le règlement, un délai pour la mise en conformité de ces enseignes ?*

Réponse du Maître d'ouvrage :

Le RLP s'applique dès qu'il a été approuvé par le conseil municipal et que les différentes formalités de publicité légale ont été effectuées. Dès lors, les supports présents sur le territoire qui seraient non conformes avec les règles locales nouvellement établies disposent des délais légaux rappelés page 32 du rapport de présentation pour se mettre en conformité.

Commentaire du commissaire enquêteur :

Sans commentaire.

3.4 Synthèse des observations et réponses apportées

Les habitants de Vélizy se sont peu mobilisés. Les principales préoccupations portent sur une réduction ou suppression de la publicité et sur le refus des panneaux publicitaires lumineux et numériques, récemment installés (8 observations). Quelques demandes particulières sont formulées.

L'association Paysages de France demande de nombreuses modifications du règlement afin de réduire l'impact du RLP en termes de publicité, enseignes et pré-enseignes (10 observations comportant un total de 24 préconisations).

A l'inverse la société J.C Decaux, opérateur présent sur la ville, souhaite quelques assouplissements de celui-ci (3 observations).

Le syndicat professionnel « Union de la Publicité Extérieure » fait également des demandes dans ce sens (8 observations).

Le maître d'ouvrage rejette pratiquement l'ensemble des demandes en le justifiant par une argumentation très détaillée et précise.

Seul deux demandes pourraient être retenus lors de l'approbation du RLP en conseil municipal. Il s'agit d'une part de limiter à 12 m² la publicité sur les bâches de chantier et de définir différemment la notion d'agglomération.

En ce qui concerne les réserves émises par la Direction départementale des territoires il confirme leur prise en compte dans le projet qui sera soumis à l'approbation.

Sur les questions posées par le commissaire enquêteur il apporte les réponses et précisions souhaitées.

3.4 Commentaire du commissaire enquêteur

La mobilisation du public a été faible malgré une communication légale correctement réalisée complétée par une information dans le journal municipal.

Le dossier d'enquête était clair et compréhensible malgré un règlement très technique. Les pièces manquantes en début d'enquête ont été rapidement fournis.

Le mémoire en réponse, au procès-verbal de synthèse, était très complet et détaillé.

Le rapport et les conclusions motivées, qui suivent, ont été rédigés en toute indépendance.

Messieurs Thèvenot, Maire, et Monsieur Villemin, Directeur de l'urbanisme sont à remercier pour leur accueil et leur disponibilité.

Fait le 09 novembre 2020

Alain RISPAL
Commissaire enquêteur

CONCLUSIONS MOTIVEES ET AVIS DU
COMMISSAIRE ENQUÊTEUR
SUR LE PROJET DE REVISION DU REGLEMENT LOCAL
DE PUBLICITE DE LA COMMUNE DE VELIZY-
VILLACOUBLAY

1. OBJET DE L'ENQUÊTE ET CONTENU DU PROJET

L'objet de l'enquête est de recueillir les avis et observations du public sur le projet de révision du Règlement local de Publicité (RLP) de la ville de Vélizy-Villacoublay.

Le RLP actuel, datant de 1997 est inadapté aux évolutions législatives, réglementaires et urbanistique. Il devient caduc en 2020. La commune veut se préserver d'implantations publicitaires peu qualitatives, compte tenu de son paysage actuellement relativement épargné.

Au-delà de la réglementation en vigueur, il apparaît d'autres problématiques en matière de publicité que seule la mise en place d'un RLP pourra appréhender.

Le projet de RLP vise donc les objectifs suivants :

- Prendre en compte l'évolution législative et réglementaire notamment la Loi n° 2010-788 portant Engagement National pour l'Environnement dite « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010 et la Loi n° 2016-925 du 7 juillet 2016 relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine ;
- Adapter la réglementation nationale pour tenir compte de l'environnement urbain, architectural et paysager du territoire communal ;
- Préserver la qualité des paysages véliziens actuellement peu impactés par la publicité extérieure notamment au sein des secteurs à dominante résidentielle de l'agglomération ;
- Améliorer l'image de la Commune en réduisant la pression publicitaire aux abords des entrées de ville et des zones d'activités économiques tout en permettant aux professionnels de se signaler efficacement ;
- Conforter l'attractivité et donc l'activité des commerces de proximité par l'utilisation d'une signalétique appropriée susceptible de ne pas dégrader l'harmonie architecturale du tissu urbain.
- Encadrer l'évolution technologique de l'affichage publicitaire (dispositifs lumineux et notamment numériques) dans un souci de préservation de l'environnement et de développement durable (lutte contre la pollution visuelle excessive et les dispositifs énergivores en particulier),

2. CADRE JURIDIQUE ET REGLEMENTAIRE

La présente élaboration du PLU doit notamment prendre en compte :

Le code général des collectivités territoriales ;

Le code de l'urbanisme ;

Le code de l'environnement.

Le Règlement Local de Publicité (RLP) actuel a été approuvé le 1^{er} octobre 1997.

Le conseil municipal a prescrit, en date 26 juin 2019, la révision du RLP.

Les grandes orientations, du projet de RLP, ont été présentées et un débat s'est tenu lors de la séance du conseil municipal du 25 septembre 2019.

Lors de la séance du conseil municipal du 18 décembre 2019, une concertation s'est tenue sur le projet de RLP. A la suite de cela, il a été arrêté durant la même séance.

La Commission Départementale de la Nature, des Paysages et des Sites, dans sa séance du 18 février 2020, a émis un avis favorable.

La Direction départementale des territoires a émis, le 24 janvier 2020, un avis favorable assorti de réserves.

Un arrêté prescrivant l'enquête publique a été pris le 27 juillet 2020.

3. ORGANISATION ET DEROULEMENT DE L'ENQUÊTE

Le dossier d'enquête, transmis en mars 2020, a fait l'objet d'une étude attentive et approfondie de ma part. Il a suscité des demandes de compléments et précisions, lors de ma réunion préalable avec le maître d'ouvrage.

En raison de la phase de confinement du 1^{er} semestre 2020, le démarrage de l'enquête a été reporté en septembre.

Le dossier présenté au public, bien que parfois un peu complexe sur l'aspect réglementaire, était complet après quelques rajouts lors du démarrage de l'enquête.

D'une durée de 31 jours consécutifs, du 14 septembre, 8 heures 30, au 14 octobre 2020, 17 heures, l'enquête s'est déroulée à la mairie de Vélizy-Villacoublay, 2 place de l'Hôtel de Ville 78146 VELIZY-VILLACOUBLAY.

L'information du public a été faite à travers la publicité légale de l'enquête (presse, site internet de la mairie et voie d'affichage) complétée par une information dans le journal municipal.

A chaque début de permanence, j'ai pu constater l'affichage de l'avis au public sur le panneau administratif de la commune, situé devant la Mairie.

Conformément à l'arrêté municipal du 27 juillet 2020, le dossier d'enquête a été à disposition du public, en mairie et sur le site internet de la commune, pendant la période d'enquête.

Les jours et heures de réception du public, par moi-même, ont été définis comme suit :

- Lundi 14 septembre, de 9h00 à 12h00
- Mardi 22 septembre, de 16h00 à 19h00
- Samedi 3 octobre, de 9h00 à 12h00
- Mercredi 14 octobre, de 14h00 à 17h00.

Les observations pouvaient être consignées :

- Sur le registre d'enquête papier

Ou envoyées :

- Soit par courriel à l'adresse "revisionRLP@velizy-villacoublay.fr"
- Soit par courrier, à mon attention, à l'adresse de la mairie.

Il n'y a pas eu d'incident majeur perturbant le bon déroulement de l'enquête mais plutôt des dysfonctionnements par rapport au respect des règles sur le bon déroulement d'une enquête publique. A savoir :

- Site internet de la ville : Non accessible le lundi 14 septembre matin
- Rajouts de pièces dans le dossier papier :
 - o Délibération de mise en révision du règlement local de publicité le 14 septembre à 11 heures.
 - o Délibération sur les orientations générales du règlement local de publicité le 14 septembre à 11 heures.
 - o Avis de la Direction départementale des territoires le 14 septembre à 10 heures 30.
 - o Avis de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites le 14 septembre à 10 heures 30.
- Rajout sur le site internet
 - o Délibération de mise en révision du règlement local de publicité le 15 septembre.
 - o Délibération sur les orientations générales du règlement local de publicité le 15 septembre.
 - o Avis de la Direction départementale des territoires le 15 septembre.
 - o Avis de la Commission départementale de la nature, des paysages et des sites le 15 septembre.
 - o Annonces passées dans la presse le 22 septembre.
- Absence de poste informatique en mairie pour consulter le dossier d'enquête le 14 septembre à l'ouverture de l'enquête. Ce manquement est rectifié le 16 septembre.

Ces dysfonctionnements ont été constatés, à chaque fois par mes soins, et j'ai demandé, systématiquement, oralement ou par écrit, au maître d'ouvrage de procéder aux correctifs nécessaires.

Lors des permanences j'ai reçu 3 personnes et 15 contributions ont été formulées par courrier, courriel, générant 43 observations.

Deux registres papier d'enquête ont été utilisés. Je les ai clos le mercredi 14 octobre 2020 à 17 heures, et emmenés avec moi.

J'ai examiné toutes les observations, individuellement, et les ai regroupées par thèmes et sous-thèmes dans le procès-verbal d'enquête.

J'ai formulé trois interrogations dans le procès-verbal d'enquête, reprises dans le corps du rapport.

J'ai remis au maître d'ouvrage, en mains propres, le procès-verbal d'enquête intégrant toutes les observations, le lundi 19 octobre 2020. Son mémoire en réponse m'a été transmis, par mail, le lundi 02 novembre 2020.

Dans son mémoire, le maître d'ouvrage a répondu de façon détaillée et argumenté à chaque observation, avis et question.

4. CONCLUSIONS MOTIVEES ET AVIS

Le règlement local de publicité de la commune de Vélizy-Villacoublay est caduc en 2020 et faute d'une révision la législation nationale doit s'appliquer.

La pression en termes de publicité, enseignes et pré-enseignes est donc très forte et l'application des dispositions du code de l'environnement ne permet pas de répondre aux objectifs de la commune qui est de préserver le cadre de vie et les paysages.

Le projet de règlement local de publicité vise donc à aller au-delà de la législation nationale tout en permettant, au tissu économique et à la commune, de communiquer à travers différents supports.

Durant cette enquête, le public s'est faiblement mobilisé malgré une communication légale correctement réalisée, complétée par une information dans le journal municipal.

A l'issue de celle-ci et de mon analyse des différentes observations du public, j'ai retenu principalement deux grandes catégories d'observations :

- Des habitants et l'association « Paysages de France » demandant une limitation ou la suppression de la publicité
- Des professionnels de la publicité demandant des aménagements au projet de RLP pour favoriser le développement de leur activité

Pour étayer mes conclusions et mon avis, je vais donc reprendre chaque catégorie à la suite l'une de l'autre.

Des habitants et l'association « Paysages de France » demandant une limitation ou la suppression de la publicité.

Certains habitants s'expriment purement et simplement sur la suppression de la publicité ou leur limitation. D'autres remettent en cause l'installation récente de huit panneaux numérique lumineux.

L'association Paysage de France considère que le RLP ne peut, outre la lutte contre la pollution visuelle et l'amélioration du cadre de vie, faire désormais abstraction d'autres

enjeux environnementaux tels que la transition écologique, la lutte contre le gaspillage énergétique et le réchauffement climatique, la lutte contre l'incitation continue à la surconsommation et au gaspillage et enfin la protection du ciel nocturne et la préservation de la biodiversité. Cette association préconise de nombreuses modifications (24 au total), à prendre en compte pour réduire ces impacts.

Je trouve que supprimer la publicité et réduire fortement les dispositions du RLP ne permet pas de répondre aux enjeux d'une commune comme Vélizy-Villacoublay.

En effet Vélizy-Villacoublay, commune d'environ 22 000 habitants, située à environ 15 kilomètres de Paris, possède un très fort tissu d'entreprise. Elle dispose, en dehors des zones d'habitat, d'une importante zone d'activité commerciale, notamment le centre commercial régional Vélizy 2, et de nombreuses entreprises industrielles et tertiaires.

Par ailleurs de grands axes de circulation, structurants, traversent la commune (A 86, N 12 et N 118) doublés par une avenue importante irrigant la commune, sur laquelle passe un tramway en site propre.

En dehors d'une communication destinée au flux en transit, je pense que l'activité économique locale a donc besoin des divers supports et outils dont les conditions d'installation et d'utilisation sont prévues au RLP.

De plus certains dispositifs, notamment les abris voyageurs et les panneaux diffusant des informations municipales ou générales (exemple : conditions de circulation et sécurité routière) amènent un véritable service au public.

Aussi, je pense que les règles définies dans le RLP permettent de répondre aux attentes, excepté sur deux points qui ont retenu mon attention :

- L'absence de limitation de la publicité sur les bâches de chantier.
- La possibilité d'installer des enseignes numériques sur l'ensemble des zones de l'agglomération

Sur l'absence, dans le RLP, de limitation de la publicité sur les bâches de chantier. Le code de l'environnement (article R 581-54) autorise 50 % de la surface d'une bâche de chantier pour de la publicité.

En fonction de la taille des chantiers, les bâches peuvent atteindre des tailles très importantes et donc, en application de la législation, offrir une grande surface pour la publicité. Cette situation peut avoir un impact très fort sur un environnement que le maître d'ouvrage affirme vouloir préserver.

L'association « Paysages de France » préconise de limiter la publicité à une surface 16 m². Le maître d'ouvrage renvoie la décision à une approbation éventuelle du conseil municipal de Vélizy-Villacoublay.

Pour ma part, je considère qu'il est indispensable, au vu des impacts que cela peut avoir, de limiter la publicité sur les bâches de chantier à au moins 25% de la surface.

Il reste quand même nécessaire, sur les chantiers, qu'une communication soit faite et de rendre moins monotone les protections de ceux-ci.

Sur la possibilité d'installer des enseignes numériques sur l'ensemble des zones de l'agglomération. Le RLP autorise déjà de la publicité numérique sur le mobilier urbain, dispositif qui reste intégré dans le paysage de l'agglomération. Ce mode de communication est déjà contesté par certains habitants.

A la demande de l'association « Paysages de France » de les interdire, le maître d'ouvrage répond que les possibilités d'enseignes numériques sont fortement réduites puisqu'elle se limitent à un support de surface réduite, suivant les zones (ZP1 : 2 m² et ZP2 et ZP3 : 8 m²), par unité foncière.

Je trouve que ce type d'enseigne, de part sa technicité, a un impact très fort sur l'environnement même avec des surfaces autorisées jusqu' à 8 m² en zone ZP 2 et 3.

Le risque d'une multiplication de ces dispositifs sur des espaces privées est réel et la restriction à l'unité foncière ne permet pas de limiter suffisamment les implantations.

Aussi, je pense que la possibilité d'installer des enseignes numériques sur l'ensemble des zones de l'agglomération doit être davantage encadrée afin de limiter une multiplication préjudiciable à la protection du cadre de vie et des paysages.

Dans un tout autre domaine, mon attention a été attirée par la présence des huit panneaux numériques lumineux, récemment installés, et leur impact sur l'environnement immédiat. Je me suis donc rendu sur place pour me forger un avis personnel, par rapport aux observations exprimées.

J'ai pu constater, contrairement à ce qu'affirme le maître d'ouvrage, dans sa réponse, que la communication commerciale était bien de 50%.

Par ailleurs, les messages, délivrés en plein jour, était court et très lumineux (presque des flashes) pouvant provoquer une sensation de gêne. A l'observation de plusieurs cycles, aucun message lié à la circulation et à la sécurité routière n'a été diffusé.

Il me semble important de limiter cet aspect lumineux en réduisant l'intensité tout en faisant dérouler les messages moins rapidement.

Des professionnels de la publicité demandant des aménagements au projet de RLP pour favoriser le développement de leur activité

A l'inverse, des paragraphes précédents, la société J.C. Decaux, prestataire publicitaire de la commune, ainsi que le syndicat professionnel UPE (Union de la Publicité Extérieure), regroupant les principaux opérateurs de la profession, demandent un allègement des règles du RLP, pour faciliter leur activité.

Le maître d'ouvrage a répondu par la négative à l'ensemble des demandes.

Pour ma part je trouve que, globalement, le projet de règlement est en adéquation avec les objectifs affichés par le maître d'ouvrage concernant le cadre de vie et les paysages (excepté sur les points soulevés par mes soins, au niveau de la première catégorie). Répondre de façon positive aux attentes exprimées par les professionnels entrainerait une augmentation de la pression publicitaire, ce qui n'est pas souhaitable et ne serait pas en adéquation avec les objectifs fixés par le maître d'ouvrage.

Je dois d'ailleurs signaler la remise d'une observation de soutien au projet de RLP de la part d'un particulier.

Pour ce qui est des réserves de la Direction départementale des territoires, le maître d'ouvrage s'est engagé à les prendre en compte.

Enfin en ce qui concerne mes questions posées, le maître d'ouvrage a apporté toutes les réponses et précisions souhaitées.

Je considère que le déroulement de l'enquête a été satisfaisant puisqu'il a permis au public de prendre connaissance du projet et de formuler des observations.

En conclusion de cette enquête, en l'état du dossier soumis au public, de l'examen des observations présentées, des réponses apportées, au vu des documents transmis, et après avoir étudié les avantages et les inconvénients du projet,

Et pour les raisons détaillées dans mes conclusions et le rapport ci-joint,

Je formule deux recommandations. A savoir :

- Première recommandation : En ce qui concerne les huit panneaux numériques lumineux, installés récemment, il est nécessaire de réduire l'intensité lumineuse et de faire dérouler les messages moins rapidement.
- Deuxième recommandation : La publicité sur les bâches de chantier doit être limitée à 25 % maximum de la surface de la bâche.

Et je donne un avis favorable, assorti d'une réserve, au projet de révision du Règlement Local de Publicité de la commune de Vélizy-Villacoublay.

La réserve est la suivante :

La possibilité d'installer des enseignes numériques sur l'ensemble des zones de l'agglomération doit être davantage encadrée afin d'en limiter une éventuelle multiplication, préjudiciable à la protection du cadre de vie et des paysages.

Fait le 09 novembre 2020

Alain RISPAL
Commissaire enquêteur

PIECES JOINTES