

# Commune de Saint-Cyr-l'École



## REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE (RLP)

### Bilan de la concertation

*Vu pour être annexé à la délibération du Conseil  
Municipal du 15 décembre 2021*



<b>I.</b>	<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>3</b>
<b>II.</b>	<b>REUNIONS DE CONCERTATION.....</b>	<b>4</b>
1.	Réunion avec les personnes dites concernées.....	4
2.	Réunion publique .....	6
3.	Réunion avec les PPA.....	7
<b>III.</b>	<b>OBSERVATIONS ISSUES DES REGISTRES DE CONCERTATION .....</b>	<b>7</b>
<b>IV.</b>	<b>CONTRIBUTIONS REÇUES DURANT LA CONCERTATION.....</b>	<b>8</b>
1.	Contributions de Saint-Cyr-l'Ecole en commun .....	8
2.	Contribution de Paysages de France .....	36
3.	Contribution de JCDecaux.....	44
4.	Contributions individuelles .....	51
<b>V.</b>	<b>PUBLICITE DE LA COMMUNE AUTOUR DE LA CONCERTATION .....</b>	<b>61</b>



## **I. Introduction**

La concertation a pour but de permettre tant l'information des professionnels de la publicité extérieure, des associations de protection des paysages et de l'environnement mais aussi des habitants et usagers de la commune et des personnes publiques associées (PPA) que le recueil de leurs remarques sur le projet de Règlement Local de Publicité (RLP).

La commune de Saint-Cyr-l'Ecole avait ainsi prévu dans sa délibération de prescription du 18 décembre 2019, modifiés par une délibération complémentaire le 31 mars 2021, les modalités minimum de concertation suivantes :

- mise à disposition du public du dossier de révision, pendant toute la durée de la procédure de révision du RLP à la mairie, au service urbanisme, aux heures et jours habituels d'ouverture ;
- publication d'un article minimum dans le journal municipal et sur le site internet de la ville ;
- possibilité au public de formuler ses observations, pendant toute la durée de la concertation, dans le recueil d'observations mis à disposition au service urbanisme, par voie postale à Madame le Maire et par voie électronique ;
- organisation d'une réunion publique destinée aux habitants et aux professionnels compétents en matière de publicité, d'enseignes et de préenseignes (date, lieu et horaire seront communiquées par voie d'affichage sur le territoire communal, sur le site internet et le réseau social de la ville ainsi que dans le bulletin d'informations municipales de la ville) si les conditions sanitaires et les règles fixées par l'État le permettent ; dans le cas contraire, il sera organisé des permanences en mairie pour permettre à chacun d'exprimer ses observations et propositions sur le pré-projet de RLP complétées par une mise à disposition. du pré-projet complet de RLP sur le site internet communal et en mairie.

Ces modalités ont été intégralement réalisées comme détaillé ci-après.



## **II. Réunions de concertation**

Trois réunions de concertation se sont tenues durant la phase de concertation de l'élaboration du RLP de la commune de Saint-Cyr-l'École :

- une rencontre avec les personnes concernées soit les professionnels de l'affichage et les associations ayant pour objet la protection de l'environnement et des paysages,
- une réunion publique ouverte à tous les publics,
- une réunion formelle avec les personnes publiques associées.

Présidés et introduits par Madame le Maire, Sonia BRAU, ces temps forts de concertation ont été animés par Monsieur Luther BERET, urbaniste-architecte, chef de projet RLP auprès de la collectivité avec l'appui de Monsieur Philippe DE VOGÜÉ, directeur des services techniques de la commune de Saint-Cyr-l'École.

### **1. Réunion avec les personnes dites concernées**

Tout d'abord une réunion formelle avec les personnes concernées s'est déroulée en début d'après-midi le mardi 9 novembre 2021 en salle du conseil municipal de la mairie de Saint-Cyr-l'École.

Outre les élus et techniciens saint-cyriens, ont répondu présents :

- un représentant de l'association Paysages de France (association d'envergure nationale) ;
- un représentant de la société d'affichage publicitaire JCDecaux ;
- un représentant de l'Association de Défense de l'environnement et du cadre de vie de l'Épi d'Or (ADEEO, association d'envergure communale).

Au cours de cette rencontre, les échanges entre les participants ont parfois été quelque peu « animés » et se sont plus focalisés sur la publicité et les préenseignes que les enseignes, les participants étant surtout intéressés par le traitement réservé aux premiers supports.

Les principaux sujets abordés ont été :

- la pertinence de la publicité extérieure face aux nouveaux modes de vie et de consommation mais aussi face aux enjeux écologiques actuels et aux objectifs de transition énergétique ;
- la dérogation aux interdictions relatives de publicité au sein des périmètres patrimoniaux protégés ;
- la luminosité des supports de publicité extérieure ;  
la mise en conformité des supports irréguliers vis-à-vis des règles nationales ;
- l'implantation et le format des mobiliers urbains supports accessoires de publicité ;
- la surface maximale des enseignes parallèles au mur ;
- l'installation des enseignes scellées au sol ou installées directement sur le sol ;
- les nouvelles possibilités réglementaires liées à l'adoption de la loi dite « climat et résilience ».

Globalement, les uns et les autres ont reconnu l'ambition de ce pré-projet tout en regrettant, pour un participant (Paysages de France), qu'il n'aille pas bien plus loin.

Ainsi le représentant de l'association communale ADEEO indique qu'en l'état le projet de RLP lui semble intéressant même s'il émet des réserves concernant la luminosité des dispositifs notamment ceux éclairés par voie numérique surtout compte tenu de leur faible plage d'extinction voire de leur absence totale d'extinction.



Le représentant de l'association Paysages de France explique que le projet de RLP revient sur la protection intégrale des périmètres patrimoniaux puisqu'il prévoit une dérogation pour la publicité accessoire sur le mobilier urbain. C'est une régression selon lui, même s'il est expliqué que cette dérogation permettra avant tout le maintien du mobilier urbain déjà présent sur la commune (et non l'installation de nouveaux dispositifs) avec un haut niveau de services (entretien, réparation et remplacement du matériel, mise à jour de l'affichage, ...).

Quoiqu'il en soit il propose que si le RLP devait finalement revenir sur les interdictions patrimoniales de publicité comme prévu ici, il conviendrait toutefois que les vues et perspectives sur les monuments protégés soient préservées de toute publicité et qu'il ne soit pas laissé la possibilité que le mobilier urbain puisse être éclairé par du numérique. En outre, il indique que ces restrictions bénéficieraient également à la sécurité routière et à la protection des jeunes publics.

Le représentant de JCDecaux prend acte de ces positions et explique que l'affichage numérique et les animations qu'il autorise font partie de l'évolution et du service rendu par le mobilier urbain avec des messages très versatiles pouvant rapidement évoluer si les nécessités l'imposent (alerte enlèvement, crise sanitaire, évènement météorologique, ...).

Par ailleurs, il est précisé que l'économie de l'affichage publicitaire ne permettait pas les excès qu'expose et craint le représentant de Paysages de France. En effet, les afficheurs ne peuvent développer des supports qui ne trouveraient pas preneurs, ni en installer n'importe où sans se poser la question de leur visibilité et donc in fine de leur « vendabilité ».

Enfin, le représentant de JCDecaux demande que l'écriture de l'article 7 du règlement soit revu et clarifiée (dérogation pour la publicité sur mobilier urbain en secteurs patrimoniaux) et que le format maximal des mobiliers dits d'informations locales soit porté à 8 mètres carrés d'affiche afin d'autoriser l'information de plus grande taille sur certains points stratégiques de la commune.

En réponse aux différents interventions, Madame le Maire indique que la luminosité des supports publicitaires et leur extinction prévue entre 22 heures et 6 heures (et non 7 heures comme l'expose de façon erronée la présentation) suit la logique de la diminution des sources et halos lumineux à Saint-Cyr-l'École puisque l'éclairage public est également diminué de 23 heures à 6 heures. Pour l'heure, il n'est donc pas prévu de déroger pour la publicité apposée sur le mobilier urbain.

En revanche, elle annonce que les élus de sa majorité, après en avoir longuement discuté, souhaitent permettre les images animées pour les informations communales d'intérêt collectif qui prennent place sur le mobilier urbain et que le projet de RLP devrait évoluer en ce sens.

En ce qui concerne la surface maximale de l'affichage sur les mobiliers urbains dits d'informations locales, elle sera de nouveau discutée par la majorité avant l'arrêt de projet.

En ce qui concernent les enseignes, à l'exclusion de la luminosité qui soucie également le représentant de l'ADEEO, seul le représentant de Paysages de France a exposé des doléances.

D'abord sur la surface des enseignes parallèles au mur qu'il juge potentiellement démesurée si on applique cette notion de pourcentage sur un bâtiment de très grande taille. Il estime qu'une limite surfacique « brute » (4 mètres carrés si la façade commerciale est inférieure à 50 mètres carrés, 6 mètres carrés si la façade commerciale est supérieure à 50 mètres carrés) serait beaucoup plus protectrice pour les paysages. Il est répondu que la notion de pourcentage était plus équitable puisqu'elle tenait compte de la réalité physique de chaque établissement.

En ce qui concerne les enseignes scellées au sol, le représentant de Paysages de France parle de surenchère des activités et demande que ces dispositifs soient interdits dans le futur RLP sauf pour les établissements ne disposant pas d'autres enseignes. Il est indiqué que le futur RLP projette déjà de restreindre énormément ce type d'enseignes (1 par voie bordant l'activité, Format limité à 6 mètres carrés et 6 mètres de hauteur contre 12 mètres carrés et 8 mètres de hauteur selon les règles nationales) et qu'il n'est pas envisagé d'aller jusqu'à l'interdiction sachant qu'un certain



nombre de ces outils doivent faire l'objet au préalable d'une autorisation d'occupation du domaine public selon leur lieu d'implantation.

Enfin, est abordée la possibilité nouvelle de réglementer les publicités et enseignes lumineuses situées à l'intérieur des devantures commerciales. La commune indique que cette question a été abordée en séance de travail, que lorsque le pré-projet de RLP soumis à la concertation a été bouclé la loi « climat et résilience » n'avait pas encore été adoptée et que dès lors que le cadre réglementaire aura été précisé par décret d'application, les ajustements qui s'imposent seront débattus. En tout état de cause, Madame le Maire assure que les prescriptions valables pour les dispositifs lumineux situés à l'extérieur, le seront aussi à l'intérieur des devantures commerciales.

La réunion s'achève après environ une heure trente minutes de présentation et d'échanges à l'issue desquelles les acteurs présents sont de nouveau informés qu'ils peuvent faire parvenir leurs demandes écrites à la collectivité jusqu'au 24 novembre 2021 inclus.

## *2. Réunion publique*

Ce même 9 novembre 2021 en début de soirée, une réunion publique s'est tenue en salle du conseil municipal de la mairie de Saint-Cyr-l'Ecole. Une trentaine de participants a fait le déplacement.

La réunion se décompose en trois temps :

- présentation du cadre réglementaire et du diagnostic communal de la publicité extérieure suivie d'échanges avec les participants ;
- présentation des règles locales envisagées pour les publicités et préenseignes suivie d'échanges avec les participants ;
- présentation des règles locales envisagées pour les enseignes suivie d'échanges avec les participants.

Les échanges ont surtout lieu sur la partie réglementaire.

Un participant demande s'il est possible d'interdire les dispositifs lumineux et notamment numérique. Il est répondu qu'en l'état de la loi et de la jurisprudence actuelle, une telle interdiction peut être regardée comme étant générale ce qui est formellement prohibé et serait donc censurée par les tribunaux.

A défaut d'interdiction globale, ce même participant souhaite que la possibilité d'affichage numérique soit fortement réduite par exemple en interdisant les surfaces supérieures à 0,50 mètre carré. Il est expliqué que de telles contraintes reviennent à la même chose qu'une interdiction explicite et générale de publicité et seraient censurées de façon identique.

L'intensité lumineuse des dispositifs est également questionnée mais il est indiqué qu'à ce jour aucun décret ne vient l'encadrer techniquement et qu'il est donc impossible de s'appuyer légalement sur des mesures qui pourraient être considérées comme arbitraires.

Sur le zonage projeté, un participant demande pourquoi il y a moins de zones que dans le RLP précédent. Il est répondu qu'au-delà des évolutions réglementaires intervenues depuis 2001, la collectivité a surtout souhaité un projet de RLP simple à lire, comprendre et donc appliquer en s'appuyant à la fois sur le contexte patrimonial légal (secteurs d'interdictions absolues et relatives de publicité) et sur son tissu urbain et économique de Saint-Cyr-l'Ecole. C'est de cette conjonction que résulte le zonage publicitaire en deux zones et un zonage d'enseignes couvrant identiquement l'ensemble du territoire saint-cyrien.



Un temps d'échanges est consacré à la notion de publicité accessoire apposée sur le mobilier urbain et notamment sur le mandat donné à un prestataire pour ce mobilier urbain. Il est rappelé que l'affichage d'informations communales comme de communications commerciales est un métier spécifique pour lequel la collectivité n'a pas les compétences en interne et qu'elle ne souhaite pas assumer cette charge dans ces conditions sachant qu'à cela s'ajoutent la mise en place, l'entretien, les réparations, les remplacements, les rotations d'affichage, etc. de ce matériel qui nécessitent de la main d'œuvre et du temps et donc coûtent un budget non négligeable. Sur la question du nombre des mobiliers urbains dit d'informations locales et de la visibilité de leur face non commerciale, il est expliqué que le code de l'environnement n'encadre pas ces caractéristiques laissant la collectivité réfléchir à celles-ci en fonction de ses besoins propres de communication.

Un participant demande si l'éclairage des parkings peut cesser la nuit et si le RLP peut encadrer cela. Il est répondu que ce n'est pas du domaine de la publicité extérieure et donc non réglementé par le RLP mais que pour autant la commune s'engageait à rencontrer les établissements concernés pour tenter de faire cesser ces dépenses énergétiques a priori peu utiles.

Un autre participant indique que globalement il trouve que beaucoup d'établissements disposent d'un nombre d'enseignes trop important alors qu'elles ne sont ni obligatoires, ni nécessaires ou même utiles. Il demande ainsi que les enseignes en façade soit limitées à 4 mètres carrés si la façade commerciale est inférieure à 50 mètres carrés et 6 mètres carrés si la façade commerciale est supérieure à 50 mètres carrés. Cela éviterait, selon lui, que de très grandes activités proposent des enseignes dépassant la centaine de mètres carrés avec une limite en pourcentage telle que proposée par le projet proposé actuellement.

Madame le Maire indique que l'ensemble de ces observations vont être étudiées et retranscrites dans le bilan de concertation et qu'une réponse y sera apportée dans le projet soumis au conseil municipal du 15 décembre 2021.

La séance est levée après un peu plus de 1h45 de réunion avec le rappel du processus de concertation.

### *3. Réunion avec les PPA*

Une ultime réunion de concertation avec les personnes publiques associées était programmée en matinée mercredi 10 novembre 2021 en salle du conseil municipal de la mairie de Saint-Cyr-l'Ecole.

Malheureusement malgré des invitations dûment adressées à l'ensemble des personnes publiques associées, aucun d'entre elles ne s'est présentée à la réunion.

Cette réunion n'a donc pu se tenir faute de participants.

### ***III. Observations issues des registres de concertation***

Un registre a été mis à disposition des habitants et usagers du territoire de Saint-Cyr-l'Ecole, au service urbanisme de la commune, jusqu'au 24 novembre 2021 inclus.

A sa clôture, ce registre n'avait reçu aucune remarque ou observation malgré l'information de la collectivité notamment sur son site internet.



## **IV. Contributions reçues durant la concertation**

Quatre contributions émanant des associations Saint-Cyr-l'Ecole en commun et Paysages de France, de l'afficheur professionnel JCDecaux ainsi que treize contributions individuelles sont parvenues à la collectivité au 24 novembre 2021 jour de la clôture de la phase de concertation.

### **1. Contributions de Saint-Cyr-l'Ecole en commun**



### **AVANT-PROPOS**

L'association **Saint-Cyr-l'Ecole en commun** a examiné le projet de RLP mis à disposition sur le site de la ville en octobre 2021 (<https://www.saintcyr78.fr/evenement/reglement-local-de-publicite-reunion-de-concertation/>).

Ce document a pour but d'apporter des améliorations au projet de RLP.

### **SOMMAIRE**

<b>1. PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE COMMUNAL.....</b>	<b>2</b>
1.1 UNE CONCERTATION INEXISTANTE.....	2
1.2 UNE MAIRE QUI N'EXERCE PAS SON POUVOIR DE POLICE.....	2
<b>2. CE QUE NOUS VOULONS POUR SAINT-CYR-L'ECOLE .....</b>	<b>2</b>
2.1 LUTTER CONTRE LA POLLUTION VISUELLE ET LUMINEUSE .....	2
2.2 DEVELOPPER L'ECONOMIE LOCALE .....	3
2.3 PRESERVER NOTRE SANTE DES MEFAITS DIRECTS ET INDIRECTS DE LA PUBLICITE .....	4
2.4 ENCOURAGER LA SOBRIETE ENERGETIQUE (LA PUBLICITE EST ENERGIVORE) .....	5
2.5 MAINTENIR L'ESPACE PUBLIC AU SERVICE DES HABITANTS ET NON PAS AU SERVICE DU SECTEUR PRIVE .....	5
2.6 REPONDRE A LA VOLONTE DES HABITANTS (MOINS DE PUBLICITE DANS LES VILLES).....	6
<b>3. PROPOSITIONS .....</b>	<b>7</b>
3.1 CREER PLUS DE ZONES AFIN DE PROTEGER LE CADRE DE VIE .....	7
3.2 REDUIRE LA TAILLE DES PUBLICITES NUMERIQUES (ECRANS) .....	7
3.3 PROTEGER NOS ENFANTS .....	7
3.4 ENCADRER LES ENSEIGNES TEMPORAIRES AFIN QU'ELLES NE DEVIENNENT PAS PERMANENTES .....	8
3.5 INTERDIRE LES BACHES PUBLICITAIRES .....	10
3.6 INTERDIRE LES PUBLICITES AU SOL ET SONORE .....	10
3.7 MAITRISE LES EVOLUTIONS TECHNIQUES .....	10
3.8 PAS DE DEROGATIONS POUR LES GRANDS EVENEMENTS.....	10
3.9 FAIRE RESPECTER LES LOIS POUR LE MOBILIER URBAIN .....	10
3.10 RENDRE ACCESSIBLES LES MOBILERS URBAINS AUX PERSONNES A MOBILITE REDUITE.....	11
<b>4. EN CONCLUSION .....</b>	<b>12</b>

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

1





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

### 1. **Projet de règlement local de publicité communal**

Le projet de règlement local de publicité communal (RLP) peut être téléchargé sur le site de la commune<sup>1</sup> et se nomme **Reglement-RLP**.

#### 1.1 **Une concertation inexistante**

Faute d'atelier de co-rédaction impliquant des citoyens, des associations, des élus et des experts, faute de groupe de travail ou de commission, nous n'avons pas pu prendre part à la rédaction du projet initial. Seul les élus de la majorité LR-UDI et l'entreprise privée Go Pub ont pu participer à l'élaboration de ce projet.

Les avis émis par les citoyens et les associations via le site Internet de la ville ou en Mairie ne sont pas non plus disponibles.

Nous estimons que dans une instance démocratique digne de ce nom, l'**expertise citoyenne** doit être utilisée et mise en valeur. En effet, les saint-cyriennes et les saint-cyriens sont bien placés, de par leur statut d'habitants, pour émettre des recommandations et des avis sur les futurs règlements qui les concerneront dans les années à venir.

#### 1.2 **Une maire qui n'exerce pas son pouvoir de police**

Avant que le RLP de Saint-Cyr-l'École ne soit caduque, l'antenne locale de l'association Résistance à l'Agression Publicitaire a effectué plusieurs relevés d'infractions au règlement national de la publicité (RNP). Madame le Maire n'a jamais répondu à l'association et n'a jamais exercé son pouvoir de police pour rappeler à l'ordre les contrevenants alors que c'est justement son rôle.

**Cette inaction est fortement inquiétante pour l'avenir et le respect des règles qu'édicteront ce prochain RLP à l'égard des futurs contrevenants.**

### 2. **Ce que nous voulons pour Saint-Cyr-l'École**

C'est la question majeure que l'on doit se poser, que vous devez vous poser, avant de rentrer dans les débats techniques sur la taille d'un panneau ou son intensité lumineuse. De ces questionnements, et des prises de positions qui en suivront, pourront découler les réponses techniques.

Voici en quelques points les raisons pour lesquelles nous souhaitons « *Des arbres, pas des pubs !* » et ainsi diminuer la pression publicitaire dans la commune de Saint-Cyr-l'École.

#### 2.1 **Lutter contre la pollution visuelle et lumineuse**

Nous pensons que le maire et les membres du conseil municipal ont été élus pour apporter aux citoyens un cadre de vie de qualité et cela passe effectivement par une lutte réelle contre la pollution visuelle et lumineuse.

**Selon nous, la lutte contre la pollution visuelle et lumineuse doit passer par des paysages urbains de qualité.** Ceci est le résultat de multiples choix politiques. Concernant notre sujet, cela va de pair avec une

<sup>1</sup> <https://www.saintcyr78.fr/evenement/reglement-local-de-publicite-reunion-de-concertation/>

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

diminution drastique de la place de la publicité, et en substitution, par exemple : des aires de jeux, des œuvres d'art, des fresques, de l'information culturelle, associative ou des collectivités ou des arbres.

Un cadre de vie agréable et apaisé, **c'est un espace public dans lequel l'utilisateur n'est pas sollicité des dizaines de fois en se rendant ou en revenant de son lieu de travail en transport en commun**, dont l'attention n'est pas accaparée tout le long d'un trajet en véhicule ou à pied, dont l'enfant ne doit pas faire face à un message tournant en boucles incessantes de dix secondes sur les produits dérivés du dernier blockbuster pendant qu'il attend son bus ou son train. **Un environnement dans lequel les habitants et usagers ne sont pas considérés avant tout comme des consommateurs.**

Une ville agréable à vivre, le bonheur des habitants... sont des concepts difficilement quantifiables, mais bien réels. Essayons de nous en approcher !

Nous pensons que ces publicités enlaidissent nos villes.

Notre ville bénéficie désormais d'une réputation sur la scène nationale, grâce au lycée militaire, au JO de 2024... Baisser drastiquement la place de la publicité prolongerait encore plus cet élan. Quelle meilleure promotion qu'un territoire libéré de ce trop-plein de panneaux ? La ville de Grenoble s'est largement servie de la baisse de la publicité pour faire son autopromotion à travers le monde entier. **Imaginez l'impact dont bénéficierait Saint-Cyr-l'École sur la scène nationale si celle-ci prenait un chemin similaire... une commune consciente et innovante.**

**Baisser fortement la pression publicitaire, c'est rendre nos villes plus belles, c'est offrir un meilleur cadre de vie à ses citoyens, c'est développer encore plus fortement son attractivité.**

## 2.2 Développer l'économie locale

La publicité dans l'espace public, telle qu'elle existe aujourd'hui, va à l'encontre du développement économique de nos territoires.

**Il suffit de lever les yeux pour se rendre compte que quasiment aucun commerçant indépendant n'a fait de la publicité sur ces panneaux de 2 m<sup>2</sup>, 8 m<sup>2</sup> et 12 m<sup>2</sup>.**

**La publicité n'est pas utile au commerce de proximité** qui a pignon sur rue en bas de nos logis. En revanche, elle a le pouvoir d'accaparer le paysage public et de détourner nos regards d'habitants et consommateurs au profit d'autres enseignes et d'autres produits. La publicité est donc non seulement inutile pour le commerce de proximité, mais elle lui est également nuisible. **Ces panneaux ne servent en effet pas les petits commerçants locaux, mais les grandes enseignes et les grandes surfaces en périphérie. Celles-là même qui vident les centres-villes des usagers et donc de ses habitants, nécessitent des déplacements en voiture, éloignent les habitants des lieux de rencontres propices aux échanges, à la culture, au partage, à la solidarité, au vivre-ensemble...**

À l'inverse, une communication locale mettant en valeur nos centres-villes, leurs acteurs et leurs événements (culturels, associatifs, sociaux, commerciaux...) fait défaut et est réclamée par un très grand nombre de commerçants rencontrés. A Saint-Cyr-l'École, les associations doivent faire de l'affichage illégal (mais toléré par la Mairie) en déposant des petits panneaux sur les feux, faute de relais dans les panneaux d'informations locales (2 m<sup>2</sup>).

Il s'agit pour notre collectivité d'être cohérente entre les discours sur la protection des centres-villes et du commerce de proximité d'un côté, et les décisions prises dans les domaines divers qui participent à lutter contre ce phénomène de désertification de l'autre. La réduction de la publicité dans l'espace public n'en est pas des moindres.

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

3





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

Un chiffre, un seul : selon Christian Jacquiau<sup>2</sup>, dans son livre « *Dans les coulisses de la grande distribution* », un emploi gagné dans une grande surface, ce sont cinq emplois perdus dans les petits commerces.

Notre association souhaite **faire de Saint-Cyr-l'École un territoire dynamique qui maintient et crée de l'emploi local**. Pour cela, il est nécessaire de freiner cette concurrence déloyale et de stopper ces publicités qui ne favorisent que les grands groupes, le plus souvent en périphérie.

**Diminuer la place de la publicité dans l'espace public, c'est participer à la sauvegarde de l'emploi local et à la redynamisation de la ville.**

### 2.3 Préserver notre santé des méfaits directs et indirects de la publicité

Dans sa propension à pousser les citoyens à consommer toujours plus, **la publicité est indirectement à l'origine de problèmes de santé.**

Les publicités incitent à consommer des produits chargés de sucres, protéines, gras, sel... qui entraînent obésité, diabète, problèmes cardiaques, etc.

**Concernant les femmes principalement, la volonté de les montrer avec une image « parfaite », très minces voire maigres, en tant qu'égéries de telle ou telle marque provoque anorexie, dévalorisation, troubles physiques et psychologiques parfois graves.** Et cela sans parler des messages sexistes visibles quotidiennement dans nos rues, qui véhiculent l'image de femmes-objets, juste bonnes à consommer... Les publicitaires ne changeront pas leurs axes de communications donc il revient **à la collectivité d'éviter ces dérapages en coupant le problème à la racine.**

Ce système publicitaire pousse les français à acheter des produits, le plus souvent, de mauvaise qualité nutritive, à rechercher un idéal inaccessible... Il est difficile de ne pas se conformer aux modèles normatifs suggérés, de ne pas se laisser tenter, c'est-à-dire, de ne pas se faire manipuler.

Cependant, nous, adultes, avons la capacité de réfléchir. Mais que dire au sujet des enfants, qui n'ont qu'une capacité relative, voire nulle, de prise de recul par rapport à ces « informations » ? **La publicité brouille totalement le rapport exigeant à la vérité que l'enfant doit apprendre à construire avec ses éducateurs.**

Sans accompagnement pour comprendre, décoder et appréhender ironie, second degré ou dérision, la pression publicitaire constitue une agression pour les enfants qui ne sont pas encore aptes à cette réflexion et ne peuvent en comprendre la portée, ni en relativiser les messages.

En plus du message de fond des publicités, **que penser des nouveaux supports publicitaires à la mode : les panneaux numériques ? De plus en plus d'études démontrent les effets négatifs des panneaux numériques pour les enfants (et pour les adultes) :** il faut interdire ces smartphones géants dans nos rues.

Enfin, pour reprendre la Convention des Droits de l'Enfant de 1989, dont la France est signataire : « *dans toutes les décisions qui concernent les enfants, qu'elles soient le fait des institutions publiques ou privées de protection sociale, des tribunaux, des autorités administratives ou des organes législatifs, l'intérêt supérieur de l'enfant doit être une considération primordiale.* » Les enfants sillonnent la ville : **la décision d'autoriser l'installation de panneaux publicitaires dans nos rues, irait à l'encontre de l'intérêt supérieur de nos enfants.** Les élus de la nation, et notamment les maires, doivent protection à leurs administrés. Par conséquent, ils doivent diminuer cette pression publicitaire, mauvaise pour notre santé.

Tous ces panneaux dans nos rues, le long des routes, sont aussi des capteurs d'attention pour les automobilistes, les cyclistes, les motards, les chauffeurs de bus, etc. **Ces panneaux représentent autant de**

<sup>2</sup> JACQUIAU, Christian. Dans les coulisses de la grande distribution. Paris : Albin Michel, 2000.

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

**risques d'accidents supplémentaires. L'installation de panneaux numériques ne fera que renforcer cette insécurité routière...** il n'est pas nécessaire de la provoquer. A ce jour, elle est pourtant autorisée en ZP1, zone qui comprend de nombreux axes routiers au sein de l'agglomération.

Aux États-Unis où ces dispositifs ont été développés, une étude de 2015 sur huit emplacements d'affichage numérique sur les autoroutes en Floride et en Alabama a montré des taux d'accidents significativement plus élevés, 25 % en Floride et 29 % en Alabama, sur des sites proches des panneaux d'affichage numériques<sup>3</sup>.

Nous retrouvons des résultats similaires lors d'études plus récentes (2017) qui indique que 68 % des personnes interrogées disent que les panneaux numériques les distraient plus de la route que des panneaux statiques.

**Diminuer la présence de la publicité dans la commune, c'est protéger les habitants et surtout les enfants.**

### 2.4 Encourager la sobriété énergétique (la publicité est énergivore)

La publicité, qu'elle soit dans nos smartphones, dans nos journaux ou dans nos rues, nous pousse à consommer, encore et toujours. **Surconsommer c'est brûler de l'énergie, c'est consumer notre seule planète. Recevoir moins d'appel à consommer ne peut qu'être bénéfique pour le climat.** Et si c'est vraiment nécessaire, les autres canaux de communication sauront bien rappeler aux citoyens d'acheter telle voiture, tel shampoing, tel burger !

Au-delà du message de fond (achetez toujours et encore, plus qu'il n'en faut), les panneaux publicitaires, sous toutes leurs formes, polluent. **Les pires sont évidemment les panneaux numériques : un panneau de 2 m<sup>2</sup> consomme autant que trois ménages (hors chauffage).**

Remplacer les équipements actuels par de nouveaux MUI consommant moins d'énergie ? Un arbre fait encore mieux : il stocke le CO<sub>2</sub>.

**Ce RLP appelle à une cohérence avec la politique de la ville :** dans le Saint-Cyr Mag de novembre 2021<sup>4</sup>, on peut lire « *en réduisant considérablement sa consommation d'énergie, la Ville entend donc limiter son impact sur le réchauffement climatique* ». Saint-Cyr-l'École affiche avec fierté son « *dispositif plus respectueux de l'environnement* » pour l'éclairage public mais s'apprête à rendre possible l'implantation de dizaines de panneaux numériques dans la ville dans le même temps. Quelle incohérence !

Pour continuer en ce sens, il nous semble primordial d'**agir sur cette pression publicitaire qui concentre un grand nombre d'impacts sur l'environnement et sur la santé.**

**Moins de publicité dans nos villes, c'est moins de consommation d'énergie... C'est mieux pour la planète, c'est mieux pour nos enfants.**

### 2.5 Maintenir l'espace public au service des habitants et non pas au service du secteur privé

Le monde dans lequel nous vivons fonctionne avec des intérêts publics et privés, c'est un fait. **Notre intention n'est pas de remettre en cause la société dans son ensemble, mais d'amener les pouvoirs publics à user de certains garde-fous, à fixer les limites d'une « bonne entente » entre le privé et le public et limiter l'accaparement de l'espace public par le secteur privé.**

<sup>3</sup> D'après une étude américaine "Compendium of Recent Research Studies on Distraction from Commercial Electronic Variable Message Signs (CEVMS)" faite en février 2015, par Veridian Group

<sup>4</sup> <https://www.saintcyr78.fr/wp-content/uploads/2021/11/SAINTCYRmagazinenovembre2021-web-.pdf>

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

Nous souhaitons mettre ici en avant le **concept de liberté de recevoir, ou non, des informations marchandes. On parle de liberté d'expression, pourquoi ne pas évoquer la liberté de réception ?** Nous posons le problème ainsi : si je ne souhaite plus regarder les publicités dans mon journal, je referme ce journal ; si je ne souhaite plus regarder de publicité à la télévision, je zappe ; si je ne souhaite plus voir ces publicités envahir mon ordinateur, je surfe avec un bloqueur de pub... mais dans la rue, ce domaine public, comment procéder ? Il nous est impossible d'éteindre, de refermer ces panneaux. **C'est aux pouvoirs publics de fixer ces limites et d'éteindre et refermer ces panneaux.**

La ville nous appartient à toutes et tous, nous devons pouvoir être libre de marcher, de courir, de flâner, de respirer, de regarder... sans être obligés de voir ces informations commerciales. **« Obligé de voir », c'est bien le souci : nous n'avons absolument pas le choix.** Sinon comment faire... **Fermer les yeux ? Plutôt compliqué ! Aujourd'hui nous n'avons plus le choix, nous sommes obligés de voir la publicité dans la rue. Ce n'est pas ainsi que nous imaginons l'espace public.**

Notre souhait n'est pas de faire disparaître la publicité, car la publicité c'est *« rendre publique une information »* ! **Toutes ces enseignes qui mettent en valeur les commerces sont utiles, cela fait partie de la ville. Et c'est suffisant.**

Les injonctions à consommer, dans toute la ville, partout, sont de trop. Les habitants n'ont pas besoin d'être tenus informés à chaque croisement routier qu'ils peuvent consommer tel ou tel produit.

**Nous souhaitons que la ville appartienne à ses habitants, non aux intérêts privés.** Ces derniers ont tout loisir de nous informer via les smartphones, la télévision, les journaux...

**Fortement diminuer la pression publicitaire, c'est laisser la ville respirer, c'est laisser ses habitants respirer.**

### 2.6 Répondre à la volonté des habitants (moins de publicité dans les villes)

Tout le monde est concerné par la publicité, et presque tout le monde demande moins de publicité. Oui, certaines personnes que nous rencontrons disent ne pas être gênées par la publicité, certaines en demandent même plus. Mais combien sont-ils ? Peut-être un sur dix, maximum. Le dernier sondage national sur la question de la publicité dans l'espace public remonte à 2013 (TNS-SOFRES). **Nous pouvons en extraire simplement deux chiffres : 79 % des français trouvent cette publicité envahissante, 84 % la trouvent intrusive.** Des chiffres en augmentation par rapport à l'enquête précédente, datant de 2004. Ces chiffres parlent d'eux-mêmes. **Le rejet massif des nouveaux panneaux numériques renforce ces constats et la nécessité prises de positions courageuses des élus.**

**Diminuer fortement la pression publicitaire, c'est écouter et répondre aux attentes des saint-cyriens, électeurs lors des prochains scrutins. Cela doit être pris en compte.**

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

6





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

### 3. Propositions

Nous avons décrit la commune de Saint-Cyr-l'École à laquelle nous aspirons : un territoire garantissant à ses habitants un cadre de vie de qualité fortement délesté de la pression publicitaire.

Notre association porte une parole nouvelle des citoyens de Saint-Cyr-l'École. Nous vous rapportons leurs sentiments, leurs réflexions, leurs interrogations vis-à-vis de la place de la publicité dans nos rues. **Nous n'avons pas de discours scientifique, mais nous avons celui d'habitants**, la parole d'un grand nombre d'électeurs et d'électrices.

Voici les principaux points que nous vous demandons de prendre en compte.

#### 3.1 Créer plus de zones afin de protéger le cadre de vie

Nous estimons que les plans de zonage proposés sont trop simplistes. Contrairement à l'ancien RLP où il y avait quatre zones, en ne proposant que deux zones pour les publicités et une seule zone pour les enseignes dans ce nouveau projet de RLP, le cadre de vie des secteurs d'habitations ne seront pas mieux protégés que ceux des zones d'activités ; ce qui est habituellement le cas dans un règlement local de publicité qui a comme objectif la protection du cadre de vie. Nous estimons que de nouvelles zones doivent être créées afin de répondre à l'orientation n°1 votée en décembre 2020 à savoir « *conserver des espaces privilégiés préservés de la publicité* ».

**Nous demandons donc qu'un groupe de travail soit mis en place afin qu'un zonage plus précis, avec les habitants, puissent être établi.**

#### 3.2 Réduire la taille des publicités numériques (écrans)

Nous avons proposé lors du débat d'orientation du conseil municipal de décembre 2020<sup>5</sup> d'**encadrer l'implantation de dispositifs lumineux et d'interdire les dispositifs numériques** ce qui avait été refusé. Madame le maire préférait les autoriser en les encadrant. Nous regrettons cette décision.

Les articles 7 et 8 du projet de RLP communal indiquent que les panneaux numériques sont autorisés à conditions qu'ils n'excèdent pas 2 m<sup>2</sup> ni qu'ils ne s'élèvent pas à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

Cette taille correspond à l'ensemble des publicités présentes sur les abribus de la ville. Afin de ne pas se retrouver potentiellement avec des écrans numériques dans l'ensemble de nos quartiers, nous proposons une amélioration de cet article en limitant spécifiquement la publicité numérique à une taille n'excédant pas 1 m<sup>2</sup>.

**Cette recommandation est équilibrée de telle sorte qu'elle n'interdit pas la publicité numérique comme le souhaite la majorité LR-UDI mais qu'elle la limite à de petites publicités uniquement. Ceci représente notre principale revendication.**

#### 3.3 Protéger nos enfants

Près des écoles, des collèges et des lycées, de la publicité pour de l'alcool est visible. D'après la Ligue du Cancer, le second facteur de risque de cancer est l'alcool<sup>6</sup>. D'après un sondage de juin 2018, plus de 9

<sup>5</sup> <http://www.saintcyr78.fr/wp-content/uploads/2021/03/2-20201209-PV-CM-avec-delib-17-modifiee.pdf>

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

Français sur 10 souhaitent une meilleure prévention des risques de l'alcool chez les jeunes et 7 Français sur 10 sont favorables à une interdiction totale de la publicité sur les produits alcoolisés, y compris sur internet.

A noter que le RLP ne peut pas limiter un type de publicité au sein d'une zone de publicité restreinte (Z.P.R.).

Actuellement, le projet de RLP ne prévoit pas d'interdire la publicité aux abords des établissements scolaires. Notre association demande à ce que le projet de RLP soit enrichi de zones aux abords des écoles concernant les interdictions. Nous proposons d'ajouter le paragraphe suivant :

**Sur et devant les établissements scolaires, sur une longueur de 200 mètres dans la rue de part et d'autre de l'entrée principale, à l'exception de la publicité sur les colonnes et mâts porte-affiches, la publicité est interdite.**

### 3.4 Encadrer les enseignes temporaires afin qu'elles ne deviennent pas permanentes

Les enseignes temporaires annoncent des opérations promotionnelles ou des opérations immobilières de vente ou de location.

Sur l'ensemble du territoire, il a été remarqué à plusieurs endroits que les enseignes de location deviennent des enseignes permanentes restant plusieurs années. Il est nécessaire d'encadrer la pose d'enseignes temporaires relatives à la location afin qu'elles ne se transforment pas – comme c'est souvent le cas actuellement – en enseignes permanentes.

Par ailleurs, les agences immobilières ont tendance à mettre des panneaux publicitaires indiquant que le bien a été vendu suite à une opération de vente. Normalement, ils doivent retirer cette enseigne une semaine après la fin de l'opération mais il a été remarqué que la majorité des agences immobilières laissent ces panneaux et ne s'en occupent pas jusqu'à ce que les propriétaires occupent les lieux. Ces panneaux restent parfois plusieurs mois avant d'être retirés. Du fait qu'il sera très compliqué de faire respecter ce point de règlement, pour assurer un cadre de vie apaisée, nous estimons que ce type d'enseignes doivent être interdites.

Notre association demande à ce que la définition d'une enseigne temporaire soit modifiée au lexique :

**Sont considérées comme des enseignes temporaires, les enseignes qui signalent :**

- a) **des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ;**
- b) **des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;**

**Sont également considérées comme des enseignes temporaires les enseignes qui signalent pour une durée de plus de trois mois :**

- c) **des travaux publics ;**
- d) **des opérations de lotissement, de construction ou de réhabilitation d'immeubles ;**
- e) **des opérations de location ou de vente d'immeubles ou de fonds de commerce.**

De plus, notre association demande à ce que l'article 17 soit complété car il est très incomplet et il ne répond pas assez à l'orientation votée par les élus en décembre 2020 : « *renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires* ».

Notre association propose d'ajouter les paragraphes suivants :

#### **Article 17.1 – Dispositions communes**

---

<sup>6</sup> [https://www.ligue-cancer.net/article/46014\\_une-forte-majorite-des-francais-en-faveur-des-mesures-efficaces-pour-reduire-la](https://www.ligue-cancer.net/article/46014_une-forte-majorite-des-francais-en-faveur-des-mesures-efficaces-pour-reduire-la)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

### Article 17.1.1 – Durée d'installation des dispositifs

Les enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être déposées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.

### Article 17.1.2 – Caractéristiques des dispositifs

Les enseignes temporaires scellées au sol doivent masquer en totalité les installations de chantier. L'enseigne ne peut cependant pas excéder 2 m<sup>2</sup> de surface ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.

### Article 17.2 – Dispositions particulières

#### Article 17.2.1 – Enseignes temporaires immobilières

Les opérations et travaux visés aux c), d) et e) du lexique concernant les enseignes temporaires ne peuvent être signalés, sur l'immeuble où ils sont réalisés, que par des inscriptions, formes ou images inscrites sur :

- a) des panneaux apposés parallèlement ;
- b) des bannières en toile ;
- c) des bâches.

#### Article 17.2.2 – Opérations immobilières portant sur la totalité d'un immeuble

Les opérations immobilières portant sur la totalité d'un immeuble ne peuvent être signalées, sur chaque voie de desserte, que par une bannière de toile.

La bannière de toile doit être installée dans la hauteur des deux premiers étages du bâtiment.

Sa hauteur ne peut excéder 6 mètres et sa saillie 1 mètre par rapport au nu du mur support.

#### Article 17.2.3 – Opérations immobilières portant sur un ou plusieurs lots d'un immeuble

Les opérations immobilières portant sur un ou plusieurs lots d'un immeuble ne peuvent être signalées que par un panneau par lot concerné.

Pour des lots situés en rez-de-chaussée, les panneaux peuvent être apposés soit sur les vitrines de devanture, soit sur les palissades de chantier.

Pour des lots situés en étage, les panneaux doivent être apposés dans les limites d'une baie, sur un balcon ou sur un garde-corps. Ils ne peuvent dépasser les limites du balcon ou du garde-corps ni une hauteur de 50 centimètres. Les panneaux doivent être à fond uni de couleur neutre.

Les enseignes temporaires pour des opérations immobilières de location doivent faire l'objet d'une demande préalable et sont limités à trois mois. Si l'opération immobilière de location doit se poursuivre au-delà des trois mois, le propriétaire doit justifier auprès du Maire, que son bien n'est pas loué auprès du Maire afin d'avoir une nouvelle autorisation.

Les panneaux indiquant les transactions réalisées sont interdits.

#### Article 17.2.4 – Opérations immobilières donnant lieu à des travaux

Les opérations immobilières donnant lieu à des travaux portant sur un immeuble ne peuvent être signalées que par une bâche enseigne. La bâche doit être tendue sur un cadre et masquer en totalité les installations de chantier. Elle ne peut en aucun cas être équipée d'un système d'éclairage. La

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

bâche doit prendre en compte les caractéristiques du bâtiment et du site. Lorsque les locaux sont occupés, les bâches enseignes doivent laisser passer la lumière naturelle.

### 3.5 Interdire les bâches publicitaires

Nous demandons l'interdiction des bâches gigantesques qui représentent une pollution visuelle extrême, nuisent au patrimoine touristique de la ville, et produisent une quantité énorme de déchets. Nous estimons qu'elles vont à l'encontre de la volonté des élus de limiter la taille des publicités sur le territoire.

Actuellement, le projet de RLP ne prévoit pas d'encadrer la taille des bâches publicitaires de chantier.

Nous demandons que le projet de RLP ajoute la mention « **les bâches publicitaires et les bâches de chantier publicitaires sont interdites** ».

### 3.6 Interdire les publicités au sol et sonore

Notre association souhaite leur interdiction pure et simple. Le sol est le seul endroit où notre regard peut se poser sans voir d'injonction à consommer... préservons-le ! De nombreuses villes se sont affichées clairement contre (Bordeaux, Nantes et Villeurbanne par exemple) : ne soyons pas les premiers à autoriser une pollution de plus.

La publicité sonore existe déjà au porte de notre territoire, comme à la station-service du Carrefour de Saint-Quentin-en-Yvelines. Nous proposons son interdiction pure et simple aussi. Nous préférons entendre le bruit des oiseaux et travailler sur l'intégration de matériel à même de guider les malvoyants plutôt que de subir encore un nouveau mode de communication de publicité.

Actuellement, le projet de RLP ne prévoit pas d'encadrer la publicité au sol ou sonore.

Notre association demande à ce que le projet de RLP ajoute l'article suivant « **Autres dispositifs : La publicité au sol, olfactive, sonore, par projection ou par l'installation d'objets sur l'espace public est interdite.** ».

### 3.7 Maitriser les évolutions techniques

Les nouvelles technologies proposent, année après année, de nouveaux procédés publicitaires... Ceux-ci ne doivent pas arriver dans nos rues. Les pouvoirs publics doivent contrôler ces intérêts privés et nous demandons que soit écrit clairement dans le règlement : « **Tout nouveau support publicitaire qui n'est pas autorisé aujourd'hui est interdit** ».

### 3.8 Pas de dérogations pour les grands événements

Il ne doit pas y avoir de dérogations temporaires, même une ou deux fois par an. Ces immenses publicités temporaires dénaturent nos villes à grande échelle et sont un passage en force. C'est interdit tout le reste de l'année : pourquoi serait-on plus à même de supporter ces immenses publicités pour quelques événements ?

### 3.9 Faire respecter les lois pour le mobilier urbain

Nous appelons les pouvoirs publics à faire appliquer la loi, à savoir que sur les MUI, la publicité doit être « accessoire » : la publicité doit représenter moins de 50 % des affichages. Cela doit être respecté.

Il faut inciter fortement les communes à faire respecter les lois sur :

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

- les dimensions des enseignes
- le contrôle des publicités illégales dans les rues, mais aussi les affichages sur arbres, candélabres....

Sur les MUI, les publicités doivent être diffusées à parts égales des deux côtés des panneaux, **pas simplement dans le sens de la circulation**. Aujourd'hui, l'information diffusée au plus grand nombre est largement constituée par de l'information commerciale. Les habitants souhaitent, au moins autant, lire les informations des collectivités, les informations culturelles : il faut rétablir, a minima, une égalité de traitement des diffusions.

Actuellement, le projet de RLP ne prévoit pas d'instaurer cette égalité de traitement entre information locale et publicité commerciale.

Notre association demande à ce que le projet de RLP ajoute l'article suivant, « **l'implantation du mobilier urbain devra assurer une visibilité équivalente entre les informations non publicitaires à caractère général ou local ou des œuvres artistiques et la publicité commerciale.** »

### 3.10 **Rendre accessibles les mobiliers urbains aux personnes à mobilité réduite**

Nous estimons que tous les panneaux d'informations locales (MUI) doivent être accessibles aux personnes à mobilité réduite, car nous souhaitons que l'information locale soit accessible à tous.

Actuellement, le projet de RLP ne prévoit pas d'instaurer cette égalité de traitement entre information locale et publicité commerciale.

Notre association demande à ce que le projet de RLP ajoute l'article suivant, « **Chaque panneau d'information locale (MUI) doit être accessible aux personnes à mobilité réduite. L'ensemble des informations présentes sur un panneau doit être lisibles par cette population** ».

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

11



18



## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 6 novembre 2021

### 4. En conclusion

Nous n'allons pas revenir sur l'ensemble des points évoqués dans cette contribution. Non, en conclusion, nous allons simplement mais fermement revenir sur le risque d'autorisation des panneaux numériques publicitaires dans nos rues, procédé symptomatique d'une perte de contrôle de la gestion de cette pression publicitaire croissante dans la collectivité.

Si les panneaux numériques de 2 m<sup>2</sup> sont autorisés demain par le RLP (au lieu de 1 m<sup>2</sup> comme nous le proposons), malgré leur fonctionnement agressif, malgré le risque qu'ils représentent en captant l'attention des automobilistes, malgré leur caractère énergivore, malgré la pollution lumineuse qu'ils génèrent, malgré les tentatives de nombreuses familles de limiter l'exposition des enfants aux écrans, malgré la vacuité de leurs messages, malgré le système économique qu'ils soutiennent (pourtant contraire au modèle de développement urbain prôné par les pouvoirs publics), malgré la part insignifiante des recettes qu'ils génèrent par rapport au budget de l'agglomération, alors vous aurez augmenté la place de la publicité sur notre territoire. Vous l'aurez augmenté non seulement en nombre mais aussi par la puissance de nuisance de ces dispositifs. Cela serait donc une régression pour notre territoire et notre cadre de vie quotidien qui aura été décidée en totale incohérence avec les enjeux sociétaux, économiques et environnementaux qui se présentent à nous tous et malgré la désapprobation de vos administrés et électeurs.

Nous vous demandons donc d'être les auteurs et décideurs d'un RLP soucieux de vos administrés, protecteurs de nos paysages, centres-villes et de notre commerce de proximité, d'un RLP qui contribue aux combats menés par la société civile locale et qui n'enferme pas budgétairement nos institutions dans une dépendance aux annonceurs alors que leurs apports à notre territoire sont finalement superficiels aussi bien en matière de prestation que de recettes. **Limitons à 1 m<sup>2</sup> les panneaux numériques dans toutes les rues et faisons baisser la pression publicitaire sur l'ensemble du territoire.**

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

12



19



# Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

## AVANT-PROPOS

L'association **Saint-Cyr-l'École en commun** a examiné le projet de RLP mis à disposition sur le site de la ville en octobre 2021 (<https://www.saintcyr78.fr/evenement/reglement-local-de-publicite-reunion-de-concertation/>).

Ce document a pour but d'apporter des améliorations au projet de RLP.

## SOMMAIRE

<b>1. PROJET DE REGLEMENT LOCAL DE PUBLICITE COMMUNAL.....</b>	<b>2</b>
1.1 UNE CONCERTATION INEXISTANTE .....	2
1.2 UNE MAIRE QUI N'EXERCE PAS SON POUVOIR DE POLICE.....	2
<b>2. CE QUE NOUS VOULONS POUR SAINT-CYR-L'ECOLE .....</b>	<b>2</b>
2.1 LUTTER CONTRE LA POLLUTION VISUELLE ET LUMINEUSE .....	2
2.2 DEVELOPPER L'ECONOMIE LOCALE .....	3
2.3 PRESERVER NOTRE SANTE DES MEFAITS DIRECTS ET INDIRECTS DE LA PUBLICITE .....	4
2.4 ENCOURAGER LA SOBRIETE ENERGETIQUE (LA PUBLICITE EST ENERGIIVORE) .....	5
2.5 MAINTENIR L'ESPACE PUBLIC AU SERVICE DES HABITANTS ET NON PAS AU SERVICE DU SECTEUR PRIVE .....	5
2.6 REPONDRE A LA VOLONTE DES HABITANTS (MOINS DE PUBLICITE DANS LES VILLES).....	6
<b>3. PROPOSITIONS .....</b>	<b>7</b>
3.1 CREER PLUS DE ZONES AFIN DE PROTEGER LE CADRE DE VIE .....	7
3.2 INTERDIRE LES PUBLICITES NUMERIQUES SUR MOBILIER URBAIN .....	7
3.3 PROTEGER NOS ENFANTS .....	8
3.4 ENCADRER LES ENSEIGNES TEMPORAIRES AFIN QU'ELLES NE DEVIENNENT PAS PERMANENTES .....	8
3.5 INTERDIRE LES PUBLICITES AU SOL ET SONORE .....	10
3.6 MAITRISER LES EVOLUTIONS TECHNIQUES .....	10
3.7 PAS DE DEROGATIONS POUR LES GRANDS EVENEMENTS .....	11
3.8 UTILISATION DU MOBILIER URBAIN COMME SUPPORT PUBLICITAIRE REELLEMENT ACCESSOIRE .....	11
3.9 ENCADRE LA TAILLE DES ENSEIGNES SUR FAÇADES .....	11
3.10 INTERDIRE LES ENSEIGNES SCLEES AU SOL .....	11
3.11 REGLEMENTER LA PUBLICITE SITUEE DERRIERE LES VITRINES .....	12
3.12 RENDRE ACCESSIBLES LES MOBILIERS URBAINS AUX PERSONNES A MOBILITE REDUITE.....	12
<b>4. EN CONCLUSION .....</b>	<b>13</b>

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

1





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

### 1. **Projet de règlement local de publicité communal**

Le projet de règlement local de publicité communal (RLP) peut être téléchargé sur le site de la commune<sup>1</sup> et se nomme **Règlement-RLP**.

#### 1.1 **Une concertation inexistante**

Faute d'atelier de co-rédaction impliquant des citoyens, des associations, des élus et des experts, faute de groupe de travail ou de commission, nous n'avons pas pu prendre part à la rédaction du projet initial. Seul les élus de la majorité LR-UDI et l'entreprise privée Go Pub ont pu participer à l'élaboration de ce projet.

Les avis émis par les citoyens et les associations via le site Internet de la ville ou en Mairie ne sont pas non plus disponibles.

Nous estimons que dans une instance démocratique digne de ce nom, **l'expertise citoyenne** doit être utilisée et mise en valeur. En effet, les saint-cyriennes et les saint-cyriens sont bien placés, de par leur statut d'habitants, pour émettre des recommandations et des avis sur les futurs règlements qui les concerneront dans les années à venir.

#### 1.2 **Une maire qui n'exerce pas son pouvoir de police**

Avant que le RLP de Saint-Cyr-l'École ne soit caduque, l'antenne locale de l'association Résistance à l'Agression Publicitaire a effectué plusieurs relevés d'infractions au règlement national de la publicité (RNP). Madame le Maire n'a jamais répondu à l'association et n'a jamais exercé son pouvoir de police pour rappeler à l'ordre les contrevenants alors que c'est justement son rôle.

**Cette inaction est fortement inquiétante pour l'avenir et le respect des règles qu'édicteront ce prochain RLP à l'égard des futurs contrevenants.**

### 2. **Ce que nous voulons pour Saint-Cyr-l'École**

C'est la question majeure que l'on doit se poser, que vous devez vous poser, avant de rentrer dans les débats techniques sur la taille d'un panneau ou son intensité lumineuse. De ces questionnements, et des prises de positions qui en suivront, pourront découler les réponses techniques.

Voici en quelques points les raisons pour lesquelles nous souhaitons « *Des arbres, pas des pubs !* » et ainsi diminuer la pression publicitaire dans la commune de Saint-Cyr-l'École.

#### 2.1 **Lutter contre la pollution visuelle et lumineuse**

Nous pensons que le maire et les membres du conseil municipal ont été élus pour apporter aux citoyens un cadre de vie de qualité et cela passe effectivement par une lutte réelle contre la pollution visuelle et lumineuse.

**Selon nous, la lutte contre la pollution visuelle et lumineuse doit passer par des paysages urbains de qualité.** Ceci est le résultat de multiples choix politiques. Concernant notre sujet, cela va de pair avec une

<sup>1</sup> <https://www.saintcyr78.fr/evenement/reglement-local-de-publicite-reunion-de-concertation/>

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

diminution drastique de la place de la publicité, et en substitution, par exemple : des aires de jeux, des œuvres d'art, des fresques, de l'information culturelle, associative ou des collectivités ou des arbres.

Un cadre de vie agréable et apaisé, **c'est un espace public dans lequel l'utilisateur n'est pas sollicité des dizaines de fois en se rendant ou en revenant de son lieu de travail en transport en commun**, dont l'attention n'est pas accaparée tout le long d'un trajet en véhicule ou à pied, dont l'enfant ne doit pas faire face à un message tournant en boucles incessantes de dix secondes sur les produits dérivés du dernier blockbuster pendant qu'il attend son bus ou son train. **Un environnement dans lequel les habitants et usagers ne sont pas considérés avant tout comme des consommateurs.**

Une ville agréable à vivre, le bonheur des habitants... sont des concepts difficilement quantifiables, mais bien réels. Essayons de nous en approcher !

Nous pensons que ces publicités enlaidissent nos villes.

Notre ville bénéficie désormais d'une réputation sur la scène nationale, grâce au lycée militaire, au JO de 2024... Baisser drastiquement la place de la publicité prolongerait encore plus cet élan. Quelle meilleure promotion qu'un territoire libéré de ce trop-plein de panneaux ? La ville de Grenoble s'est largement servie de la baisse de la publicité pour faire son autopromotion à travers le monde entier. **Imaginez l'impact dont bénéficierait Saint-Cyr-l'École sur la scène nationale si celle-ci prenait un chemin similaire... une commune consciente et innovante.**

**Baisser fortement la pression publicitaire, c'est rendre nos villes plus belles, c'est offrir un meilleur cadre de vie à ses citoyens, c'est développer encore plus fortement son attractivité.**

### 2.2 Développer l'économie locale

La publicité dans l'espace public, telle qu'elle existe aujourd'hui, va à l'encontre du développement économique de nos territoires.

**Il suffit de lever les yeux pour se rendre compte que quasiment aucun commerçant indépendant n'a fait de la publicité sur ces panneaux de 2 m<sup>2</sup>, 8 m<sup>2</sup> et 12 m<sup>2</sup>.**

**La publicité n'est pas utile au commerce de proximité** qui a pignon sur rue en bas de nos logis. En revanche, elle a le pouvoir d'accaparer le paysage public et de détourner nos regards d'habitants et consommateurs au profit d'autres enseignes et d'autres produits. La publicité est donc non seulement inutile pour le commerce de proximité, mais elle lui est également nuisible. **Ces panneaux ne servent en effet pas les petits commerçants locaux, mais les grandes enseignes et les grandes surfaces en périphérie. Celles-là même qui vident les centres-villes des usagers et donc de ses habitants, nécessitent des déplacements en voiture, éloignent les habitants des lieux de rencontres propices aux échanges, à la culture, au partage, à la solidarité, au vivre-ensemble...**

À l'inverse, une communication locale mettant en valeur nos centres-villes, leurs acteurs et leurs événements (culturels, associatifs, sociaux, commerciaux...) fait défaut et est réclamée par un très grand nombre de commerçants rencontrés. A Saint-Cyr-l'École, les associations doivent faire de l'affichage illégal (mais toléré par la Mairie) en déposant des petits panneaux sur les feux, faute de relais dans les panneaux d'informations locales (2 m<sup>2</sup>).

Il s'agit pour notre collectivité d'être cohérente entre les discours sur la protection des centres-villes et du commerce de proximité d'un côté, et les décisions prises dans les domaines divers qui participent à lutter contre ce phénomène de désertification de l'autre. La réduction de la publicité dans l'espace public n'en est pas des moindres.

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

Un chiffre, un seul : selon Christian Jacquiau<sup>2</sup>, dans son livre « *Dans les coulisses de la grande distribution* », un emploi gagné dans une grande surface, ce sont cinq emplois perdus dans les petits commerces.

Notre association souhaite **faire de Saint-Cyr-l'École un territoire dynamique qui maintient et crée de l'emploi local**. Pour cela, il est nécessaire de freiner cette concurrence déloyale et de stopper ces publicités qui ne favorisent que les grands groupes, le plus souvent en périphérie.

**Diminuer la place de la publicité dans l'espace public, c'est participer à la sauvegarde de l'emploi local et à la redynamisation de la ville.**

### 2.3 Préserver notre santé des méfaits directs et indirects de la publicité

Dans sa propension à pousser les citoyens à consommer toujours plus, **la publicité est indirectement à l'origine de problèmes de santé.**

Les publicités incitent à consommer des produits chargés de sucres, protéines, gras, sel... qui entraînent obésité, diabète, problèmes cardiaques, etc.

**Concernant les femmes principalement, la volonté de les montrer avec une image « parfaite »,** très minces voire maigres, en tant qu'égéries de telle ou telle marque provoque anorexie, dévalorisation, troubles physiques et psychologiques parfois graves. Et cela sans parler des messages sexistes visibles quotidiennement dans nos rues, qui véhiculent l'image de femmes-objets, juste bonnes à consommer... Les publicitaires ne changeront pas leurs axes de communications donc il revient **à la collectivité d'éviter ces dérapages en coupant le problème à la racine.**

Ce système publicitaire pousse les français à acheter des produits, le plus souvent, de mauvaise qualité nutritive, à rechercher un idéal inaccessible... Il est difficile de ne pas se conformer aux modèles normatifs suggérés, de ne pas se laisser tenter, c'est-à-dire, de ne pas se faire manipuler.

Cependant, nous, adultes, avons la capacité de réfléchir. Mais que dire au sujet des enfants, qui n'ont qu'une capacité relative, voire nulle, de prise de recul par rapport à ces « informations » ? **La publicité brouille totalement le rapport exigeant à la vérité que l'enfant doit apprendre à construire avec ses éducateurs.**

Sans accompagnement pour comprendre, décoder et appréhender ironie, second degré ou dérision, la pression publicitaire constitue une agression pour les enfants qui ne sont pas encore aptes à cette réflexion et ne peuvent en comprendre la portée, ni en relativiser les messages.

En plus du message de fond des publicités, **que penser des nouveaux supports publicitaires à la mode : les panneaux numériques ? De plus en plus d'études démontrent les effets négatifs des panneaux numériques pour les enfants (et pour les adultes) :** il faut interdire ces smartphones géants dans nos rues.

Enfin, pour reprendre la Convention des Droits de l'Enfant de 1989, dont la France est signataire : « *dans toutes les décisions qui concernent les enfants, qu'elles soient le fait des institutions publiques ou privées de protection sociale, des tribunaux, des autorités administratives ou des organes législatifs, l'intérêt supérieur de l'enfant doit être une considération primordiale.* » Les enfants sillonnent la ville : **la décision d'autoriser l'installation de panneaux publicitaires dans nos rues, irait à l'encontre de l'intérêt supérieur de nos enfants.** Les élus de la nation, et notamment les maires, doivent protection à leurs administrés. Par conséquent, ils doivent diminuer cette pression publicitaire, mauvaise pour notre santé.

Tous ces panneaux dans nos rues, le long des routes, sont aussi des capteurs d'attention pour les automobilistes, les cyclistes, les motards, les chauffeurs de bus, etc. **Ces panneaux représentent autant de**

<sup>2</sup> JACQUIAU, Christian. Dans les coulisses de la grande distribution. Paris : Albin Michel, 2000.

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

**risques d'accidents supplémentaires. L'installation de panneaux numériques ne fera que renforcer cette insécurité routière...** il n'est pas nécessaire de la provoquer. A ce jour, elle est pourtant autorisée en ZP1, zone qui comprend de nombreux axes routiers au sein de l'agglomération.

Aux États-Unis où ces dispositifs ont été développés, une étude de 2015 sur huit emplacements d'affichage numérique sur les autoroutes en Floride et en Alabama a montré des taux d'accidents significativement plus élevés, 25 % en Floride et 29 % en Alabama, sur des sites proches des panneaux d'affichage numériques<sup>3</sup>.

Nous retrouvons des résultats similaires lors d'études plus récentes (2017) qui indique que 68 % des personnes interrogées disent que les panneaux numériques les distraient plus de la route que des panneaux statiques.

**Diminuer la présence de la publicité dans la commune, c'est protéger les habitants et surtout les enfants.**

### 2.4 Encourager la sobriété énergétique (la publicité est énergivore)

La publicité, qu'elle soit dans nos smartphones, dans nos journaux ou dans nos rues, nous pousse à consommer, encore et toujours. **Surconsommer c'est brûler de l'énergie, c'est consumer notre seule planète. Recevoir moins d'appel à consommer ne peut qu'être bénéfique pour le climat.** Et si c'est vraiment nécessaire, les autres canaux de communication sauront bien rappeler aux citoyens d'acheter telle voiture, tel shampoing, tel burger !

Au-delà du message de fond (achetez toujours et encore, plus qu'il n'en faut), les panneaux publicitaires, sous toutes leurs formes, polluent.

Remplacer les équipements actuels par de nouveaux MUI consommant moins d'énergie ? Un arbre fait encore mieux : il stocke le CO<sub>2</sub>.

**Ce RLP appelle à une cohérence avec la politique de la ville :** dans le Saint-Cyr Mag de novembre 2021<sup>4</sup>, on peut lire « *en réduisant considérablement sa consommation d'énergie, la Ville entend donc limiter son impact sur le réchauffement climatique* ». Saint-Cyr-l'École affiche avec fierté son « *dispositif plus respectueux de l'environnement* » pour l'éclairage public mais s'apprête à rendre possible l'implantation de dizaines de panneaux numériques dans la ville dans le même temps. Quelle incohérence !

Pour continuer en ce sens, il nous semble primordial d'**agir sur cette pression publicitaire qui concentre un grand nombre d'impacts sur l'environnement et sur la santé.**

**Moins de publicité dans nos villes, c'est moins de consommation d'énergie... C'est mieux pour la planète, c'est mieux pour nos enfants.**

### 2.5 Maintenir l'espace public au service des habitants et non pas au service du secteur privé

Le monde dans lequel nous vivons fonctionne avec des intérêts publics et privés, c'est un fait. **Notre intention n'est pas de remettre en cause la société dans son ensemble, mais d'amener les pouvoirs publics à user de certains garde-fous, à fixer les limites d'une « bonne entente » entre le privé et le public et limiter l'accaparement de l'espace public par le secteur privé.**

<sup>3</sup> D'après une étude américaine "Compendium of Recent Research Studies on Distraction from Commercial Electronic Variable Message Signs (CEVMS)" faite en février 2015, par Veridian Group

<sup>4</sup> <https://www.saintcyr78.fr/wp-content/uploads/2021/11/SAINTCYRmagazinenovembre2021-web-.pdf>

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

Nous souhaitons mettre ici en avant le **concept de liberté de recevoir, ou non, des informations marchandes. On parle de liberté d'expression, pourquoi ne pas évoquer la liberté de réception ?** Nous posons le problème ainsi : si je ne souhaite plus regarder les publicités dans mon journal, je referme ce journal ; si je ne souhaite plus regarder de publicité à la télévision, je zappe ; si je ne souhaite plus voir ces publicités envahir mon ordinateur, je surfe avec un bloqueur de pub... mais dans la rue, ce domaine public, comment procéder ? Il nous est impossible d'éteindre, de refermer ces panneaux. **C'est aux pouvoirs publics de fixer ces limites et d'éteindre et refermer ces panneaux.**

La ville nous appartient à toutes et tous, nous devons pouvoir être libre de marcher, de courir, de flâner, de respirer, de regarder... sans être obligés de voir ces informations commerciales. **« Obligé de voir », c'est bien le souci : nous n'avons absolument pas le choix.** Sinon comment faire... **Fermer les yeux ? Plutôt compliqué ! Aujourd'hui nous n'avons plus le choix, nous sommes obligés de voir la publicité dans la rue. Ce n'est pas ainsi que nous imaginons l'espace public.**

Notre souhait n'est pas de faire disparaître la publicité, car la publicité c'est « *rendre publique une information* » ! **Toutes ces enseignes qui mettent en valeur les commerces sont utiles, cela fait partie de la ville. Et c'est suffisant.**

Les injonctions à consommer, dans toute la ville, partout, sont de trop. Les habitants n'ont pas besoin d'être tenus informés à chaque croisement routier qu'ils peuvent consommer tel ou tel produit.

**Nous souhaitons que la ville appartienne à ses habitants, non aux intérêts privés.** Ces derniers ont tout loisir de nous informer via les smartphones, la télévision, les journaux...

**Fortement diminuer la pression publicitaire, c'est laisser la ville respirer, c'est laisser ses habitants respirer.**

### 2.6 Répondre à la volonté des habitants (moins de publicité dans les villes)

Tout le monde est concerné par la publicité, et presque tout le monde demande moins de publicité. Oui, certaines personnes que nous rencontrons disent ne pas être gênées par la publicité, certaines en demandent même plus. Mais combien sont-ils ? Peut-être un sur dix, maximum. Le dernier sondage national sur la question de la publicité dans l'espace public remonte à 2013 (TNS-SOFRES). **Nous pouvons en extraire simplement deux chiffres : 79 % des français trouvent cette publicité envahissante, 84 % la trouvent intrusive.** Des chiffres en augmentation par rapport à l'enquête précédente, datant de 2004. Ces chiffres parlent d'eux-mêmes. **Le rejet massif des nouveaux panneaux numériques renforce ces constats et la nécessité prises de positions courageuses des élus.**

**Diminuer fortement la pression publicitaire, c'est écouter et répondre aux attentes des saint-cyriens, électeurs lors des prochains scrutins. Cela doit être pris en compte.**

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

### 3. Propositions

Nous avons décrit la commune de Saint-Cyr-l'École à laquelle nous aspirons : un territoire garantissant à ses habitants un cadre de vie de qualité fortement délesté de la pression publicitaire.

Notre association porte une parole nouvelle des citoyens de Saint-Cyr-l'École. Nous vous rapportons leurs sentiments, leurs réflexions, leurs interrogations vis-à-vis de la place de la publicité dans nos rues. **Nous n'avons pas de discours scientifique, mais nous avons celui d'habitants**, la parole d'un grand nombre d'électeurs et d'électrices.

Voici les principaux points que nous vous demandons de prendre en compte.

#### 3.1 Créer plus de zones afin de protéger le cadre de vie

Nous estimons que les plans de zonage proposés sont trop simplistes. Contrairement à l'ancien RLP où il y avait quatre zones, en ne proposant que deux zones pour les publicités et une seule zone pour les enseignes dans ce nouveau projet de RLP, le cadre de vie des secteurs d'habitations ne seront pas mieux protégés que ceux des zones d'activités ; ce qui est habituellement le cas dans un règlement local de publicité qui a comme objectif la protection du cadre de vie. Nous estimons que de nouvelles zones doivent être créées afin de répondre à l'orientation n°1 votée en décembre 2020 à savoir « *conserver des espaces privilégiés préservés de la publicité* ».

**Nous demandons donc qu'un groupe de travail soit mis en place afin qu'un zonage plus précis, avec les habitants, puissent être établi pour que les zones d'habitation soient plus protégées que les zones d'activités.**

#### 3.2 Interdire les publicités numériques sur mobilier urbain

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, tels 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 ?

Nous avons proposé lors du débat d'orientation du conseil municipal de décembre 2020<sup>5</sup> d'**encadrer l'implantation de dispositifs lumineux et d'interdire les dispositifs numériques** ce qui avait été refusé. Madame le maire préférerait les autoriser en les encadrant. Nous regrettons cette décision.

<sup>5</sup> <http://www.saintcyr78.fr/wp-content/uploads/2021/03/2-20201209-PV-CM-avec-delib-17-modifiee.pdf>

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

Les articles 7 et 8 du projet de RLP communal indiquent que les panneaux numériques sont autorisés à conditions qu'ils n'excèdent pas 2 m<sup>2</sup> ni qu'ils ne s'élèvent pas à plus de 3 mètres au-dessus du niveau du sol.

Cette taille correspond à l'ensemble des publicités présentes sur les abribus de la ville. Afin de ne pas se retrouver potentiellement avec des écrans numériques dans l'ensemble de nos quartiers, nous proposons une amélioration de cet article en interdisant les publicités numériques sur le mobilier urbain.

Ceci est possible car le cabinet Go Pub, qui travaille aussi pour Paris Est Marne et Bois (500 000 habitants) a proposé un RLPi interdisant totalement le numérique (mais pas les installations lumineuses). La ville de Romorantin (17 800 habitants) a aussi interdit les publicités numériques sur l'ensemble de son territoire, y compris sur le mobilier urbain. Lons-le-Saunier a aussi interdit les publicités numériques sur l'ensemble de la commune.

**Dans le cas où cette proposition ne pourrait pas être entendue, une limitation à 1 m<sup>2</sup> est demandée. Ceci représente notre principale revendication.**

### 3.3 Protéger nos enfants

Près des écoles, des collèges et des lycées, de la publicité pour de l'alcool est visible. D'après la Ligue du Cancer, le second facteur de risque de cancer est l'alcool<sup>6</sup>. D'après un sondage de juin 2018, plus de 9 Français sur 10 souhaitent une meilleure prévention des risques de l'alcool chez les jeunes et 7 Français sur 10 sont favorables à une interdiction totale de la publicité sur les produits alcoolisés, y compris sur internet.

A noter que le RLP ne peut pas limiter un type de publicité au sein d'une zone de publicité restreinte (Z.P.R.).

Actuellement, le projet de RLP ne prévoit pas d'interdire la publicité aux abords des établissements scolaires. Notre association demande à ce que le projet de RLP soit enrichi de zones aux abords des écoles concernant les interdictions. Nous proposons d'ajouter le paragraphe suivant :

**Sur et devant les établissements scolaires, sur une longueur de 200 mètres dans la rue de part et d'autre de l'entrée principale, à l'exception de la publicité sur les colonnes et mâts porte-affiches, la publicité est interdite.**

### 3.4 Encadrer les enseignes temporaires afin qu'elles ne deviennent pas permanentes

Les enseignes temporaires annoncent des opérations promotionnelles ou des opérations immobilières de vente ou de location.

Sur l'ensemble du territoire, il a été remarqué à plusieurs endroits que les enseignes de location deviennent des enseignes permanentes restant plusieurs années. Il est nécessaire d'encadrer la pose d'enseignes temporaires relatives à la location afin qu'elles ne se transforment pas – comme c'est souvent le cas actuellement – en enseignes permanentes.

Par ailleurs, les agences immobilières ont tendance à mettre des panneaux publicitaires indiquant que le bien a été vendu suite à une opération de vente. Normalement, ils doivent retirer cette enseigne une semaine après la fin de l'opération mais il a été remarqué que la majorité des agences immobilières laissent ces panneaux et ne s'en occupent pas jusqu'à ce que les propriétaires occupent les lieux. Ces panneaux restent parfois plusieurs mois avant d'être retirés. Du fait qu'il sera très compliqué de faire respecter ce point

<sup>6</sup> [https://www.ligue-cancer.net/article/46014\\_une-forte-majorite-des-francais-en-faveur-des-mesures-efficaces-pour-reduire-la](https://www.ligue-cancer.net/article/46014_une-forte-majorite-des-francais-en-faveur-des-mesures-efficaces-pour-reduire-la)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

de règlement, pour assurer un cadre de vie apaisée, nous estimons que ce type d'enseignes doivent être interdites.

Notre association demande à ce que la définition d'une enseigne temporaire soit modifiée au lexique :

**Sont considérées comme des enseignes temporaires, les enseignes qui signalent :**

- a) **des manifestations exceptionnelles à caractère culturel ou touristique ;**
- b) **des opérations exceptionnelles de moins de trois mois ;**

**Sont également considérées comme des enseignes temporaires les enseignes qui signalent pour une durée de plus de trois mois :**

- c) **des travaux publics ;**
- d) **des opérations de lotissement, de construction ou de réhabilitation d'immeubles ;**
- e) **des opérations de location ou de vente d'immeubles ou de fonds de commerce.**

De plus, notre association demande à ce que l'article 17 soit complété car il est très incomplet et il ne répond pas assez à l'orientation votée par les élus en décembre 2020 : « *renforcer la réglementation applicable aux enseignes temporaires* ».

Notre association propose d'ajouter les paragraphes suivants :

### **Article 17.1 – Dispositions communes**

#### **Article 17.1.1 – Durée d'installation des dispositifs**

**Les enseignes temporaires peuvent être installées trois semaines avant le début de la manifestation ou de l'opération qu'elles signalent et doivent être déposées une semaine au plus tard après la fin de la manifestation ou de l'opération.**

#### **Article 17.1.2 – Caractéristiques des dispositifs**

**L'enseigne ne peut pas excéder 2 m<sup>2</sup> de surface ni s'élever à plus de 6 mètres au-dessus du niveau du sol.**

### **Article 17.2 – Dispositions particulières**

#### **Article 17.2.1 – Enseignes temporaires immobilières**

**Les opérations et travaux visés aux c), d) et e) du lexique concernant les enseignes temporaires ne peuvent être signalés, sur l'immeuble où ils sont réalisés, que par des inscriptions, formes ou images inscrites sur :**

- a) **des panneaux apposés parallèlement ;**
- b) **des bannières en toile ;**
- c) **des bâches.**

#### **Article 17.2.2 – Opérations immobilières portant sur la totalité d'un immeuble**

**Les opérations immobilières portant sur la totalité d'un immeuble ne peuvent être signalées, sur chaque voie de desserte, que par une bannière de toile.**

**La bannière de toile doit être installée dans la hauteur des deux premiers étages du bâtiment.**

**Sa hauteur ne peut excéder 6 mètres et sa saillie 1 mètre par rapport au nu du mur support.**

#### **Article 17.2.3 – Opérations immobilières portant sur un ou plusieurs lots d'un immeuble**

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

Les opérations immobilières portant sur un ou plusieurs lots d'un immeuble ne peuvent être signalées que par un panneau par lot concerné.

Pour des lots situés en rez-de-chaussée, les panneaux peuvent être apposés soit sur les vitrines de devanture, soit sur les palissades de chantier.

Pour des lots situés en étage, les panneaux doivent être apposés dans les limites d'une baie, sur un balcon ou sur un garde-corps. Ils ne peuvent dépasser les limites du balcon ou du garde-corps ni une hauteur de 50 centimètres. Les panneaux doivent être à fond uni de couleur neutre.

Les enseignes temporaires pour des opérations immobilières de location doivent faire l'objet d'une demande préalable et sont limités à trois mois. Si l'opération immobilière de location doit se poursuivre au-delà des trois mois, le propriétaire doit justifier auprès du Maire, que son bien n'est pas loué auprès du Maire afin d'avoir une nouvelle autorisation.

Les panneaux indiquant les transactions réalisées sont interdits.

### Article 17.2.4 – Opérations immobilières donnant lieu à des travaux

Les opérations immobilières donnant lieu à des travaux portant sur un immeuble ne peuvent être signalées que par une bâche enseigne. La bâche doit être tendue sur un cadre et masquer en totalité les installations de chantier. Elle ne peut en aucun cas être équipée d'un système d'éclairage. La bâche doit prendre en compte les caractéristiques du bâtiment et du site. Lorsque les locaux sont occupés, les bâches enseignes doivent laisser passer la lumière naturelle.

## 3.5 Interdire les publicités au sol et sonore

Notre association souhaite leur interdiction pure et simple. Le sol est le seul endroit où notre regard peut se poser sans voir d'injonction à consommer... préservons-le ! De nombreuses villes se sont affichées clairement contre (Bordeaux, Nantes et Villeurbanne par exemple) : ne soyons pas les premiers à autoriser une pollution de plus.

La publicité sonore existe déjà au porte de notre territoire, comme à la station-service du Carrefour de Saint-Quentin-en-Yvelines. Nous proposons son interdiction pure et simple aussi. Nous préférons entendre le bruit des oiseaux et travailler sur l'intégration de matériel à même de guider les malvoyants plutôt que de subir encore un nouveau mode de communication de publicité.

Actuellement, le projet de RLP ne prévoit pas d'encadrer la publicité au sol ou sonore.

Notre association demande à ce que le projet de RLP ajoute l'article suivant « **Autres dispositifs : La publicité au sol, olfactive, sonore, par projection ou par l'installation d'objets sur l'espace public est interdite.** ».

## 3.6 Maitriser les évolutions techniques

Les nouvelles technologies proposent, année après année, de nouveaux procédés publicitaires... Ceux-ci ne doivent pas arriver dans nos rues. Les pouvoirs publics doivent contrôler ces intérêts privés et nous demandons que soit écrit clairement dans le règlement : « **Tout nouveau support publicitaire qui n'est pas autorisé aujourd'hui est interdit** ».

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

10



### 3.7 Pas de dérogations pour les grands événements

Il ne doit pas y avoir de dérogations temporaires, même une ou deux fois par an. Ces immenses publicités temporaires dénaturent nos villes à grande échelle et sont un passage en force. C'est interdit tout le reste de l'année : pourquoi serait-on plus à même de supporter ces immenses publicités pour quelques événements ?

### 3.8 Utilisation du mobilier urbain comme support publicitaire réellement accessoire

L'article R. 581-42 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 et Saint-Cyr-l'École en fait partie. 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. L'information locale à destination des Saint-Cyriennes et des Saint-Cyriens devient, de fait, accessoire. **L'information locale serait-elle moins importante (car moins visible), aux yeux de Madame le Maire et de son équipe que la publicité ?**

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.

Le jugement du T.A. d'Amiens du 30 juin 2020 (affaire Vauxbuin) rappelle cette obligation réglementaire : « *Compte tenu de [...] leur positionnement hors du champ de vision de l'utilisateur de la voie, cette face d'information locale n'est que difficilement perceptible. Par suite, ces mobiliers urbains doivent être regardés comme ayant un usage de préenseignes à titre principal, de sorte que leur disposition méconnaît les exigences de l'article R 581-42 du code de l'environnement, qui ne permet qu'ils supportent des préenseignes qu'à titre accessoire* ».

### 3.9 Encadre la taille des enseignes sur façades

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

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. **Souhaitons-nous réellement aider les petits commerces ou voulons-nous nous contenter de beaux discours ?**

**Nous préconisons donc de limiter à 6 m<sup>2</sup> pour chaque façade supérieure à 50 m<sup>2</sup> et à 4 m<sup>2</sup> pour chaque façade inférieure à 50 m<sup>2</sup>.**

### 3.10 Interdire les enseignes scellées au sol

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

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

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.

**Nous préconisons d'interdire les enseignes scellées au sol, sauf si l'enseigne sur façade n'est pas visible de la voie publique.**

### 3.11 Réglementer la publicité située derrière les vitrines

Le Grenelle de l'environnement avait encadré les publicités et enseignes numériques, nouveaux dispositifs n'existant pas lors de l'instauration de la loi de 1979.

Malheureusement, les mesures prises ne concernaient que la publicité extérieure et de nombreux annonceurs et enseignistes s'étaient engouffrés dans le vide réglementaire concernant les publicités et enseignes placés derrière une vitrine, provoquant une levée de boucliers de la part de nombreux habitants et communes qui ne disposaient d'aucun moyen pour lutter contre ces dispositifs.

Il était ainsi possible de plaquer un panneau numérique contre la vitrine d'un établissement, sans limite de surface (hormis celle de la vitrine), sans limite de luminosité, non soumis aux règles d'extinction du RLP et cela sur tout le territoire de la commune.

La récente loi *Climat et résilience promulguée le 22 août 2021* donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre ce genre de dispositif (article L 581-14-4 du Code de l'environnement), avec effet immédiat.

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, le simple bon sens ne peut que bannir ces panneaux numériques.

**Nous préconisons donc d'interdire les publicités et enseignes numériques placées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et visibles d'une voie publique, d'autoriser uniquement les dispositifs éclairés par projection ou transparence, d'appliquer à ces dispositifs les règles d'extinction des enseignes lumineuses et d'adapter en conséquence le rapport de présentation.**

### 3.12 Rendre accessibles les mobiliers urbains aux personnes à mobilité réduite

Nous estimons que tous les panneaux d'informations locales (MUI) doivent être accessibles aux personnes à mobilité réduite, car nous souhaitons que l'information locale soit accessible à tous.

Actuellement, le projet de RLP ne prévoit pas d'instaurer cette égalité de traitement entre information locale et publicité commerciale.

Notre association demande à ce que le projet de RLP ajoute l'article suivant, « **Chaque panneau d'information locale (MUI) doit être accessible aux personnes à mobilité réduite. L'ensemble des informations présentes sur un panneau doit être lisibles par cette population** ».

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

12





## Règlement local de publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'École Contributions de Saint-Cyr-l'École en commun, l'association 8 novembre 2021 (Version 4)

### 4. En conclusion

Nous n'allons pas revenir sur l'ensemble des points évoqués dans cette contribution. Non, en conclusion, nous allons simplement mais fermement revenir sur le risque d'autorisation des panneaux numériques publicitaires dans nos rues, procédé symptomatique d'une perte de contrôle de la gestion de cette pression publicitaire croissante dans la collectivité.

Si les panneaux numériques de 2 m<sup>2</sup> sont autorisés demain par le RLP, malgré leur fonctionnement agressif, malgré le risque qu'ils représentent en captant l'attention des automobilistes, malgré leur caractère énergivore, malgré la pollution lumineuse qu'ils génèrent, malgré les tentatives de nombreuses familles de limiter l'exposition des enfants aux écrans, malgré la vacuité de leurs messages, malgré le système économique qu'ils soutiennent (pourtant contraire au modèle de développement urbain prôné par les pouvoirs publics), malgré la part insignifiante des recettes qu'ils génèrent par rapport au budget de l'agglomération, alors vous aurez augmenté la place de la publicité sur notre territoire. Vous l'aurez augmenté non seulement en nombre mais aussi par la puissance de nuisance de ces dispositifs. Cela serait donc une régression pour notre territoire et notre cadre de vie quotidien qui aura été décidée en totale incohérence avec les enjeux sociétaux, économiques et environnementaux qui se présentent à nous tous et malgré la désapprobation de vos administrés et électeurs.

Nous vous demandons donc d'être les auteurs et décideurs d'un RLP soucieux de vos administrés, protecteurs de nos paysages, centres-villes et de notre commerce de proximité, d'un RLP qui contribue aux combats menés par la société civile locale et qui n'enferme pas budgétairement nos institutions dans une dépendance aux annonceurs alors que leurs apports à notre territoire sont finalement superficiels aussi bien en matière de prestation que de recettes. **Interdisons ou limitons à 1 m<sup>2</sup> les panneaux numériques dans toutes les rues et faisons baisser la pression publicitaire sur l'ensemble du territoire.**

Contact : [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

13



### **Réponse de la collectivité :**

L'association Saint-Cyr-l'École en commun a fait parvenir deux contributions successives à la collectivité datées des 6 et 8 novembre 2021, la seconde venant modifier plus ou moins profondément des points évoqués par la première.

### **Zonage :**

Le zonage projeté est moins « fourni » en zones que celui du précédent RLP pour deux raisons principales :

- d'une part, la collectivité a d'abord souhaité un projet de RLP simple à lire, comprendre et donc appliquer en s'appuyant à la fois sur le contexte patrimonial légal (secteurs d'interdictions absolues et relatives de publicité) et sur son tissu urbain et économique de Saint-Cyr-l'École ;
- d'autre part, le découpage du territoire doit répondre à des graduations réglementaires réelles ; or, en termes de règles publicitaires seules deux strates sont prévues (une zone d'interdiction absolue et une de limitation de la publicité au mobilier urbain correspondant aux périmètres patrimoniaux d'interdiction relative situés en agglomération) et en termes d'enseignes une seule étant donné l'absence de grande zone d'activités totalement différente des commerces et services de proximité de centralité.

C'est donc pour répondre à la réalité du « territoire légal » et au diagnostic de la publicité extérieure que le zonage est ainsi envisagé.

### **Publicités numériques :**

Tout d'abord il faut garder en tête que les seules publicités admises sur le territoire saint-cyrien concerneront, à titre accessoire, le mobilier urbain. La taille des dispositifs numériques envisageables vaut à la fois pour le message publicitaire mais aussi pour le message d'intérêt général puisque cette possibilité n'est considérée que pour les mobiliers dits d'informations locales. Or, la commune souhaite disposer d'affichage de taille suffisante pour que les messages qu'elle souhaite diffuser soient visibles et vus de tous. Un mètre carré n'est ostensiblement pas une surface suffisante pour permettre une bonne lisibilité.

La commune de Saint-Cyr-l'École choisit avec ces règles de ne pas obérer les possibilités d'évolution de sa communication tout en la contraignant en surface mais aussi en plage d'extinction nocturne ce qui est parfaitement légal au regard du cadre national légal contenu dans le code de l'environnement. Il est ainsi rappelé que sans contraintes locales, la publicité numérique dans des agglomérations similaires à Saint-Cyr-l'École peut mesurer jusqu'à 8 mètres carrés soit quatre fois ce qui est prévu ici.

### **Protection des enfants :**

Le RLP ne peut édicter de règles que sur le contenu des communications publicitaires, ni de règles sur des principes non strictement liés à la préservation du cadre de vie et des paysages. Si cette question préoccupe effectivement la collectivité saint-cyrienne, ce n'est pas au travers du RLP qu'elle trouvera une réponse. En tout état de cause, sans mention au RLP dont ce n'est pas la vocation, Madame le Maire et la collectivité veilleront à ce que ces jeunes publics soient préservés de tout contenu impropre, incorrect, contraire aux bonnes mœurs ou illégal.

### **Enseignes temporaires :**

Le projet de RLP réglemente déjà les enseignes temporaires sur la même base que les enseignes dites « permanentes », ce qui est très largement plus contraignant que le cadre national et suffisant pour réguler localement les enseignes de ce type. Il faut noter que le diagnostic de la publicité extérieure n'a pas permis de mettre en évidence de problématiques locales sur ce type de

dispositifs et qu'il semble peu probable qu'avec de telles restrictions de nouvelles problématiques telles que décrites dans le propos de Saint-Cyr-l'Ecole en commun apparaissent subitement.

En outre il est rappelé que le RLP n'a pas vocation à écrire la loi mais à la contraindre localement. Il ne peut donc inventer de nouvelle définition au « temporaire ».

#### Bâches publicitaires :

Par définition, sur le territoire saint-cyrien, la publicité étant soit interdite de manière absolue (hors agglomération et ZP1), soit limitée au mobilier urbain à titre accessoire, les bâches publicitaires sont interdites puisque ne faisant l'objet d'aucune dérogation.

En ce qui concerne le bâches de chantier elles demeurent encadrées par le code de l'environnement qui propose déjà des règles suffisamment restrictives eu égard aux faibles enjeux liés à leur rareté à Saint-Cyr-l'Ecole.

#### Publicités au sol et sonore et nouvelles technologies :

Le RLP n'a pas vocation à écrire la loi mais à la contraindre localement. Il peut donc restreindre les champs prévus par le code de l'environnement mais pas en « inventer » de nouveau. Quoiqu'il en soit la volonté de la collectivité à travers ce RLP n'est pas de deviner l'avenir mais de réguler le présent et le prévisible à travers un document simple d'accès et d'application.

#### Dérogation pour les grands événements :

Par définition, une dérogation permet de déroger au cadre normal. Cela répond donc bien à une situation exceptionnelle et ponctuelle d'autant qu'ici on parle bien d'intérêt collectif et non de communication commerciale pour un intérêt particulier. Par ailleurs, une confusion semble être faite puisqu'il s'agit là de communication institutionnelle et non de publicités.

#### Mobilier urbain :

Lors de l'inventaire effectué sur la commune de Saint-Cyr-l'Ecole à l'été 2020, aucune irrégularité n'a été relevé sur les mobiliers urbains supports accessoires de publicité notamment en termes de partage de l'affichage. De même, il n'a pas été constaté de mobilier urbain inaccessible à quelque usager au regard de sa condition physique.

Par ailleurs, il convient de rappeler que le code de l'environnement ne pose aucune contrainte en termes de sens de visibilité. Le RLP n'a donc pas vocation à contraindre cette caractéristique qui néanmoins peut être encadrée librement par la collectivité dans le cadre de sa concession de services mobiliers urbains.

Parallèlement, Saint-Cyr-l'Ecole en commun a participé à une réunion de travail au cours de laquelle les possibilités techniques et légales ont été présentées aux élus et techniciens communaux qui ont choisi librement les contraintes applicables à leur territoire en fonction de leur lecture de celui-ci et de leurs ambitions politiques. Certes, certaines collectivités font le choix de réécrire le code de l'environnement (alors que celui-ci demeure applicable pour toutes les règles non contraintes localement) mais cela n'est pas la vocation d'un RLP et le caractère accessoire de la publicité sur le mobilier urbain est bien stipulé par le même cadre national.

Enfin en ce qui concerne l'accessibilité des mobiliers urbains aux personnes à mobilité réduite, cette question ne relève pas du champ de compétences du RLP et ce problème n'a pas été constaté sur la commune.



### Enseignes sur façades :

Les règles locales doivent répondre à des problématiques contextualisées qui ne sont pas ou insuffisamment solutionnées par les règles nationales du code de l'environnement. Or le cumul d'enseignes en façade n'est pas une problématique relevée à Saint-Cyr-l'Ecole y compris en ce qui concerne les quelques activités disposant de façades commerciales de grande taille (supérieure à 50 mètres carrés). Il n'y a donc pas lieu de contraindre les acteurs économiques locaux avec des règles supplémentaires difficilement compréhensibles.

La notion d'équilibre prônée par les auteurs de cette contribution n'existe déjà globalement pas dans le cadre de libre concurrence avec des établissements disposant d'installations plus ou moins importantes selon leur secteur d'activités, localisation, type de clientèle, chiffres d'affaires, trésorerie, etc. Elle n'existe pas non plus dans le cadre national du code de l'environnement qui lui aussi se base sur un pourcentage de la façade commerciale de sorte que la signalisation est équitable car proportionnelle à la façade de l'établissement considéré.

### Enseignes scellées au sol :

Les seuls problèmes relevés à Saint-Cyr-l'Ecole sur ce type d'enseignes sont régularisables par l'application des règles nationales sur le nombre et, à la marge, sur la surface. En réduisant fortement la hauteur maximale admise et surtout la surface (6 mètres carrés prévus contre 12 mètres carrés admis aujourd'hui), le RLP va diminuer encore leur impact paysager. Compte tenu de la nature du tissu économique saint-cyrien, il ne paraît pas nécessaire d'aller plus loin pour un gain paysager qui ne sera pas nettement supérieur.

### Dispositifs lumineux placés dans les devantures commerciales :

Si la loi dite « climat et résilience » a bien offert la possibilité aux rédacteurs de réglementation locales de publicité d'encadrer désormais ces dispositifs, aucun décret ne vient encore délimiter précisément les contours des contraintes applicables par les collectivités.

Le RLP est aujourd'hui en phase d'arrêt de projet et il est attendu que le décret d'application de la loi « climat et résilience » soit rendu public avant son approbation. La commune se réserve donc le temps d'introduire des règles concernant les dispositifs lumineux situés dans les devantures commerciales si tel était le cas. Celles-ci seront en tout état de cause similaires à celles prévues pour les dispositifs similaires situés à l'extérieur au moins en termes d'extinction nocturne.





**Paysages  
de France**

Association agréée  
dans le cadre national  
au titre des articles  
L141-1, R141-2 à R141-20  
du Code de l'environnement  
et agréée par le ministère  
de la Justice au titre  
de l'article 54,1°  
de la loi n° 71-1130  
du 31 décembre 1971

SIRET 408 613 859 00029

Comité d'honneur :

- Arcabas †, artiste-peintre
- Gilbert Durand †, philosophe
- Alain Finkielkraut, philosophe, membre de l'Académie française
- Albert Jacquard †, généticien
- Louédin, artiste-peintre
- Michel Maffesoli, sociologue
- François Morel, artiste
- Edgar Morin, sociologue
- Hubert Reeves, astrophysicien

## Projet de RLP de Saint-Cyr-l'École Observations de l'association Paysages de France

11 novembre 2021

*« Le changement climatique nous engage dans un voyage sans retour. Nous entrons en territoire inconnu mais pouvons encore décider du chemin à prendre. »*

Christophe Cassou, coauteur du rapport du GIEC du 9 août 2021

### Préambule

À l'instar de la crise sanitaire mondiale que nous traversons, considérée par des scientifiques de premier plan comme une conséquence de l'activité humaine sur la biodiversité, les événements climatiques extrêmes (canicules, incendies géants, inondations, montée du niveau des océans...) se multiplient du fait d'une augmentation sans précédent des émissions de gaz à effet de serre.

Économies basées sur la recherche constante du profit, compétition effrénée entre les entreprises, exploitation sans limite des ressources naturelles, incitation à la surconsommation afin de maintenir un sacro-saint « taux de croissance » : ce cocktail détonnant n'attend qu'une étincelle pour déclencher de nouvelles crises aux conséquences bien plus dramatiques encore puisque c'est la vie sur Terre qui est en jeu.

La publicité, par sa vocation à nous faire consommer toujours plus, est un des vecteurs majeurs de cette logique infernale.

Or la publicité extérieure est l'une des plus invasives, puisque non sollicitée et s'imposant en permanence dans l'espace public.

A l'échelle de notre pays, les collectivités locales ont, au travers des règlements locaux de publicité, une responsabilité cruciale dans la transition écologique. Elles ne pourront s'exonérer de cette responsabilité, chaque acteur, à quelque niveau qu'il soit, se devant d'accompagner les mesures nationales qu'il convient de mettre en place. (Les 150 citoyens de la Convention pour le Climat proposaient d'ailleurs l'interdiction de la publicité pour les produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre, voire, l'interdiction des panneaux publicitaires « dans les espaces publics extérieurs » !)

Les règlements locaux de publicité doivent donc, en plus de sauvegarder ou de nous permettre de retrouver nos paysages, limiter au maximum les effets négatifs des publicités et enseignes, en réduisant drastiquement leur place dans notre environnement.

Les arguments visant à sauver un secteur d'activité ou à engranger quelques recettes pour le budget local ne sont bien évidemment plus de mise face à l'urgence écologique.



## 1. Quelques avancées, compromises par des mesures préjudiciables pour l'environnement

Les deux principales mesures positives du RLP de Saint-Cyr l'Ecole sont sans nul doute l'extinction des enseignes lumineuses de la fermeture à l'ouverture, ainsi que l'interdiction des enseignes sur toiture.

Malheureusement, ces mesures positives sont totalement anéanties par la possibilité d'installer de la publicité numérique sur mobilier urbain sur la majeure partie de l'agglomération par une dérogation à l'article L581-8, une absence de réglementation des enseignes sur façade, ainsi que la possibilité d'installer des enseignes scellées au sol jusqu'à 6 m<sup>2</sup>.

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 continuelle 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
- Limiter au maximum les lumineux, proscrire les numériques
- Réglementer les enseignes sur façade et les enseignes au sol.

## 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.

Proposer d'installer de la publicité numérique sur les trottoirs de la ville, alors que le Code de l'environnement y interdit toute publicité, c'est faire peu de cas du cadre de vie des habitants et du patrimoine historique qui les entoure.

### Préconisation de Paysages de France :

- Interdire la publicité dans les lieux mentionnés à l'article L.581-8.
- A défaut, interdire le numérique



### 3. 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 Saint-Cyr l'école 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.

Il convient également de remarquer qu'une majorité de ces publicités comportent des mentions réglementaires (telles que "Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé", « jouer peut comporter des risques », « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé » ...) attestant explicitement du caractère néfaste du message publicitaire.

L'information locale à Saint-Cyr-l'Ecole est affichée sur les abribus et différents panneaux de différentes tailles. Il est à noter que la face la plus visible, dans le sens de la circulation supporte quasi-systématiquement la publicité (qui est censée être accessoire). De plus, certains messages ne changent jamais. Par exemple, depuis plusieurs années, le panneau de 8 m<sup>2</sup> situé en face du stade comporte une image de chien et invite les propriétaires à ramasser les déjections de leur chien. Outre le fait que cela n'a pas l'effet escompté, on peut se demander si ce panneau a comme réel objectif de diffuser de l'information locale.

Bien que de l'information locale soit diffusée (balade propre, Saint-Cyr Ludik, etc.), sur certains panneaux de 2 m<sup>2</sup>, des affiches sont mises en début d'année pour souhaiter au Saint-Cyriens une "bonne année" en très grand format. Outre le fait que ce type de message n'est pas de l'information locale, ces affiches restent dans les panneaux pendant plusieurs mois, parfois jusqu'au mois d'avril ! Est-ce vraiment utile d'encombrer les trottoirs avec des obstacles urbains qui nous souhaitent la bonne année pendant 3 mois ?

### De la publicité numérique sur mobilier urbain, une faute majeure

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 ;

Paysages de France 5, place Bir-Hakeim 38000 GRENOBLE  
Tél 04 76 03 23 75 Tcp 08 97 10 20 23 [contact@paysagesdefrance.org](mailto:contact@paysagesdefrance.org)



Des enjeux environnementaux et sociétaux majeurs sont également en cause, tels 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 ?

### **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.

Le jugement du T.A. d'Amiens du 30 juin 2020 (affaire Vauxbuin) rappelle cette obligation réglementaire : « *Compte tenu de [...] leur positionnement hors du champ de vision de l'usager de la voie, cette face d'information locale n'est que difficilement perceptible. Par suite, ces mobiliers urbains doivent être regardés comme ayant un usage de préenseignes à titre principal, de sorte que leur disposition méconnaît les exigences de l'article R 581-42 du code de l'environnement, qui ne permet qu'ils supportent des préenseignes qu'à titre accessoire.* »

### **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.

De plus, la personne qui se tient devant un panneau se trouve visuellement incluse dans le cadre de l'affiche, ce qui peut se révéler dégradant (cas par exemple des affiches de lingerie ou de parfum).



#### **Préconisation de Paysages de France :**

- Interdire le numérique.
- Pour les abris voyageurs, limiter la publicité à la face externe.
- Pour le mobilier urbain d'information, placer les informations municipales visibles dans le sens principal de circulation.
- Instaurer une règle de densité (ou une limitation par rapport au nombre d'habitants)

## **4. 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 m<sup>2</sup> !

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.

L'instauration d'une limite à 15 % de la surface de façade pour Saint-Cyr-l'Ecole ne résoud en rien le problème des enseignes sur les grands bâtiments, cela ne fait que contraindre un peu plus les petits bâtiments. Finalement, cela déséquilibre encore plus la concurrence.

#### **Préconisation de Paysages de France :**

Limiter à 6 m<sup>2</sup> pour chaque façade supérieure à 50 m<sup>2</sup>

Limiter à 4 m<sup>2</sup> pour chaque façade inférieure à 50 m<sup>2</sup>

## **5. 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.



**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.

**6. Des dispositifs que la collectivité est enfin en droit de réglementer**

Le Grenelle de l'environnement avait encadré les publicités et enseignes numériques, nouveaux dispositifs n'existant pas lors de l'instauration de la loi de 1979.

Malheureusement, les mesures prises ne concernaient que la publicité extérieure et de nombreux annonceurs et enseignistes s'étaient engouffrés dans le vide réglementaire concernant les publicités et enseignes placés derrière une vitrine, provoquant une levée de boucliers de la part de nombreux habitants et communes qui ne disposaient d'aucun moyen pour lutter contre ces dispositifs.

Il était ainsi possible de plaquer un panneau numérique contre la vitrine d'un établissement, sans limite de surface (hormis celle de la vitrine), sans limite de luminosité, non soumis aux règles d'extinction du RLP et cela sur tout le territoire de la commune.

La loi Climat et résilience promulguée le 22 août 2021 donne dorénavant la possibilité aux collectivités de se prémunir contre ce genre de dispositif (article L 581-14-4 du Code de l'environnement), avec effet immédiat.

Pour des questions d'économies d'énergie, de pollution lumineuse et d'atteinte au cadre de vie, le simple bon sens ne peut que bannir ces panneaux numériques.

**Préconisation de Paysages de France :**

- Interdire les publicités et enseignes numériques placées à l'intérieur des vitrines ou des baies d'un local à usage commercial et visibles d'une voie publique
- Autoriser uniquement les dispositifs éclairés par projection ou transparence
- Appliquer à ces dispositifs les règles d'extinction des enseignes lumineuses
- Adapter en conséquence le rapport de présentation

Jean-Marie Delalande, vice-président de Paysages de France  
Grenoble, le 11 novembre 2021

Matthieu Mirleau, correspondant de Paysages de France  
Saint-Cyr-l'Ecole, le 11 novembre 2021



### **Réponse de la collectivité :**

Tout d'abord la commune se félicite des avancées qu'a pu noter l'association Paysages de France, même si certains éléments relevés nécessitent une réponse.

En premier lieu, la collectivité rappelle que le RLP ne traite que des questions de publicité extérieure et qu'il ne peut donc proposer de réponses aux enjeux actuels de transition écologique qu'à travers ce prisme. Par ailleurs, ainsi que le rappelle l'article L581-14 du code de l'environnement, « le règlement local de publicité définit une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national » : il n'a donc pas vocation à établir une réglementation par lui-même.

### **Dérogation aux interdictions relatives de publicité :**

Une telle dérogation est explicitement permise par le code de l'environnement dans son article L581-8. Le fait que la commune use de cette possibilité légale ne peut donc être regardé comme étant irrégulier.

En outre, indiquer la possibilité que le mobilier urbain puisse supporter à titre accessoire de la publicité éclairée par transparence ou par voie numérique, ne rend pas automatique l'implantation de tels dispositifs qui doivent faire l'objet d'une commande publique si le besoin était avéré. La commune devant nécessairement se projeter au-delà de seul RLP, elle ne souhaite pas obérer ses chances futures d'utiliser cette technologie à son profit et dans les limites prévues par le cadre réglementaire.

### **Mobilier urbain :**

Il convient de rappeler que le code de l'environnement ne pose aucune contrainte en termes de sens de visibilité ou de densité. Le RLP n'a donc pas vocation à contraindre ces caractéristiques qui néanmoins peuvent être réfléchies par la collectivité dans le cadre de sa concession de services mobiliers urbains.

En ce qui concerne la luminosité numérique de tels dispositifs, la commune rappelle que le format des dispositifs numériques envisageables vaut effectivement pour le message publicitaire mais aussi et surtout pour le message d'intérêt général puisque cette possibilité n'est considérée que pour les mobiliers dits d'informations locales. Or, la commune souhaite disposer d'affichage de taille suffisante pour que les messages qu'elle souhaite diffuser soient visibles et vus de tous. Avec les règles projetées aujourd'hui, la commune de Saint-Cyr-l'Ecole choisit de ne pas obérer les possibilités d'évolution de sa communication tout en la contraignant en surface mais aussi en plage d'extinction nocturne ce qui est parfaitement pertinent au regard du cadre national légal contenu dans le code de l'environnement. Il est ainsi rappelé que sans contraintes locales, la publicité numérique dans des agglomérations similaires à Saint-Cyr-l'Ecole peut mesurer jusqu'à 8 mètres carrés soit quatre fois plus grand que ce qui est prévu ici.

### **Enseignes sur façades :**

Les règles locales doivent répondre à des problématiques contextualisées qui ne sont pas ou insuffisamment solutionnées par les règles nationales du code de l'environnement. Or le cumul d'enseignes en façade n'est pas une problématique relevée à Saint-Cyr-l'Ecole y compris en ce qui concerne les quelques activités disposant de façades commerciales de grande taille (supérieure à 50 mètres carrés). Il n'y a donc pas lieu de contraindre les acteurs économiques locaux avec des règles supplémentaires difficilement compréhensibles.

La notion d'équilibre prônée par les auteurs de cette contribution n'existe déjà globalement pas dans le cadre de libre concurrence avec des établissements disposant d'installations plus ou moins importantes selon leur secteur d'activités, localisation, type de clientèle, chiffres d'affaires, trésorerie, etc. Elle n'existe pas non plus dans le cadre national du code de l'environnement qui lui



aussi se base sur un pourcentage de la façade commerciale de sorte que la signalisation est équitable car proportionnelle à la façade de l'établissement considéré.

*Enseignes scellées au sol :*

Les seuls problèmes relevés à Saint-Cyr-l'Ecole sur ce type d'enseignes sont régularisables par l'application des règles nationales sur le nombre et, à la marge, sur la surface. Aucun « brouillage » de lisibilité dû à ces enseignes n'a été non plus identifié et comme indiqué précédemment le RLP n'est pas un vecteur de la libre concurrence économique qui est régulée par d'autres réglementations et instances.

En tout état de cause, en réduisant fortement la hauteur maximale admise et surtout la surface (6 mètres carrés prévus contre 12 mètres carrés admis aujourd'hui, soit la surface maximale autorisée dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants), le RLP va diminuer encore leur impact paysager. Compte tenu de la nature du tissu économique saint-cyrien, il ne paraît pas nécessaire d'aller plus loin pour un gain paysager qui ne sera pas nettement supérieur.

*Dispositifs lumineux placés dans les devantures commerciales :*

Si la loi dite « climat et résilience » a bien offert la possibilité aux rédacteurs de réglementation locales de publicité d'encadrer désormais ces dispositifs, aucun décret ne vient encore délimiter précisément les contours des contraintes applicables par les collectivités.

Le RLP est aujourd'hui en phase d'arrêt de projet et il est attendu que le décret d'application de la loi « climat et résilience » soit rendu public avant son approbation. La commune se réserve donc le temps d'introduire des règles concernant les dispositifs lumineux situés dans les devantures commerciales si tel était le cas. Celles-ci seront en tout état de cause similaires à celles prévues pour les dispositifs similaires situées à l'extérieur au moins en termes d'extinction nocturne.



### 3. Contribution de JCDecaux

# JCDecaux

#### Communication Extérieure

Afrique du Sud  
Allemagne  
Angola  
Arabie Saoudite  
Australie  
Autriche  
Azerbaïdjan  
Bahrein  
Belgique  
Botswana  
Brésil  
Bulgarie  
Cameroun  
Canada  
Chili  
Chine  
Colombie  
Corée  
Costa Rica  
Côte d'Ivoire  
Croatie  
Danemark  
Emirats Arabes Unis  
Equateur  
Espagne  
Estonie  
Eswatini  
Etats-Unis  
Finlande  
France  
Gabon  
Guatemala  
Honduras  
Hongrie  
Inde  
Irlande  
Israël  
Italie  
Japon  
Kazakhstan  
Lesotho  
Lettonie  
Lituanie  
Luxembourg  
Madagascar  
Malawi  
Maurice  
Mexique  
Mongolie  
Mozambique  
Myanmar  
Namibie  
Nicaragua  
Nigeria  
Norvège  
Nouvelle-Zélande  
Oman  
Ouganda  
Ouzbékistan  
Panama  
Pays-Bas  
Pérou  
Pologne  
Portugal  
Qatar  
République Dominicaine  
République Tchèque  
Royaume-Uni  
Russie  
Salvador  
Singapour  
Slovaquie  
Slovénie  
Suède  
Suisse  
Tanzanie  
Thaïlande  
Ukraine  
Uruguay  
Zambie  
Zimbabwe

Madame le Maire  
Hôtel de Ville  
Square de l'Hôtel de Ville  
BP 106  
78211 Saint-Cyr-l'Ecole

Plaisir le 24 Novembre 2021

Lettre recommandée avec accusé de réception n° 2C 145 796 0340 1 et envoi anticipé par courriel à [urbanisme@saintcyr78.fr](mailto:urbanisme@saintcyr78.fr)

#### Objet : Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'Ecole

Madame le Maire,

La Société JCDecaux France porte une attention particulière à la procédure d'élaboration du Règlement Local de Publicité (RLP) de Saint-Cyr-l'Ecole.

Le règlement local de publicité ayant pour but d'encadrer notre activité économique et étant un document voué à perdurer dans le temps, nous souhaitons ce jour vous faire part de quelques observations et points de vigilance sur les futures règles relatives au mobilier urbain qui y seront inscrites.

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

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

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

Au préalable, il importe 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 un contrat public, il est indispensable de ne pas limiter au sein du RLP les possibilités d'exploitation de ce type de mobilier sur votre territoire.

A défaut, toute limitation aurait pour conséquence immédiate de compromettre le financement du mobilier urbain par la publicité et ainsi de restreindre les moyens de communication et les nouveaux services qui pourraient se développer dans les années à venir sur votre territoire et qui ne peuvent à date être identifiés.

JCDecaux France  
17, rue Soyer - 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex - France  
Tél. : +33 (0)1 30 79 79 79 - [www.jcdecaux.fr](http://www.jcdecaux.fr)

Société par Actions Simplifiée au capital de 8 241 669,67 euros - 622 044 501 RCS Nanterre - FR 82622044501



## Contribution à l'élaboration du Règlement Local de Publicité Concertation - Novembre 2021



**Remarques préliminaires :**

Il est à rappeler que la **commune maîtrise l'installation du mobilier urbain sur son domaine public.**

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Type de mobiliers (<b>format, technologie, design, couleur, nombre</b>)</li> <li>- <b>Emplacements</b></li> <li>- <b>Conditions d'exploitation</b></li> </ul> | } | sont définis dans le cadre du contrat public de mobiliers urbains. |
|--|---|--|

En outre, les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains permettent de financer l'information municipale, l'information culturelle et/ou les abris-voyageurs.

→ Un 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.

→ **Principe : dans l'hypothèse d'un RLP favorable de principe à une exploitation publicitaire sur mobilier urbain, l'autorité compétente dispose toujours de la décision d'autoriser ou non une implantation et d'en maîtriser l'exploitation *via* contrat.**



- I. Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire
- II. Sur le format du mobilier urbain d'informations
- III. Sur le mobilier urbain numérique
- IV. Sur l'extinction des publicités et préenseignes lumineuses apposées sur mobilier urbain
- V. Remarques complémentaires

## I. Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire

Prévu aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement, **5 types de mobilier urbain** sont susceptibles de supporter de la publicité :

- *Abris-voyageurs*
- *Kiosques à journaux et autres kiosques à usage commercial*
- *Colonnes porte-affiches*
- *Mâts porte-affiches*
- *Mobilier urbain destiné à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques*

+ La fonction première du mobilier urbain reste la **communication de la collectivité** ainsi que les **services apportés aux usagers** :

- **Abris-voyageurs = service public des transports** (article 5 de la loi du 30 décembre 1982 sur l'orientation des transports intérieurs)
- **Mobilier d'information = service public de l'information** (CE 10 juillet 1996 Coisne, req. n°140605)

Modèle économique : Les **droits d'exploitation publicitaire** sur les mobiliers urbains **financent les services rendus**.

Le mobilier urbain supporte à **titre accessoire** des « publicités » telles que définies à l'article L.581-3 du Code de l'environnement, à savoir « toute inscription, forme ou image, destinée à informer le public ou à attirer son attention ».

Aussi, il ne peut 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).



## II- Sur le format du mobilier urbain d'informations

Nous relevons au projet la volonté de la commune de limiter à **2m<sup>2</sup>** la surface de publicité pouvant être supportée par du mobilier urbain d'informations et à **3 mètres de hauteur** en ZP1.

=> **A noter** : Présence de **mobilier urbain d'informations de format 8m<sup>2</sup> (affiche) en ZP1 = mobiliers vecteurs de la communication institutionnelle**

Nous approuvons toutefois la définition du terme « surface » insérée au lexique, conforme aux indications de la fiche relative aux modalités de calcul des formats des publicités vis-à-vis du mobilier urbain. <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/modalite%20calcul-format-publicite%20C3%A9.pdf>

La notion de surface unitaire mentionnée dans les articles du code de l'environnement et dans le Règlement Local de Publicité de la commune de Saint-Cyr-l'Ecole (sauf mention contraire) devra s'entendre comme étant non pas la seule surface de la publicité apposée sur le dispositif publicitaire, mais le dispositif lui-même dont le principal objet est de recevoir cette publicité, c'est-à-dire la surface du panneau qui est visible. Dans le cas du mobilier urbain l'article R581-42 du code de l'environnement ne l'autorise pas à avoir pour destination principale de recevoir des publicités, conformément à l'instruction du Gouvernement du 18 octobre 2019 relative aux modalités de calcul des formats des publicités, les différentes catégories de mobilier urbain ne peuvent donc être assimilées à des dispositifs publicitaires et dès lors, la surface unitaire maximale de la publicité apposée sur le mobilier urbain n'inclut pas ce mobilier et s'apprécie **hors encadrement**.

=> Les collectivités disposent de **l'entière maîtrise des implantations de mobilier urbain sur leur domaine public via contrat**, il est donc inutile qu'elles restreignent, à date, le format ou encore les lieux et conditions d'implantation du mobilier urbain au sein du futur RLP.

Pour rappel, **contrairement aux dispositifs 100 % publicitaire**, la personne publique en qualité de gestionnaire ou propriétaire, **autorise ou non, via contrat**, l'implantation d'un mobilier urbain publicitaire, **et ce même si le RLP l'autorise**.

Chaque implantation de mobilier urbain publicitaire requiert en effet **l'aval des services de la collectivité compétente** (+décision concertée avec l'opérateur) + le cas échéant, l'accord des Architectes des Bâtiments de France en périmètres protégés (abords de monuments historiques et sites patrimoniaux remarquables).

### Notre préconisation :

- Supprimer toute contrainte de format vis-à-vis du mobilier urbain d'informations au sein du RLP.
- Autoriser les 5 types de mobilier urbain en toutes zones sous réserve du respect de la réglementation nationale (articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement)

### A défaut :

- ne préciser au RLP que le format de la publicité pouvant être apposée sur mobilier urbain d'informations (article R.581-47 Code de l'environnement) et réintroduire un format d'affichage autorisé jusqu'à 8m<sup>2</sup> sur ce type de mobilier (mobilier vitrines)
- maintenir sous le régime de la réglementation nationale les autres types de mobiliers urbains (colonnes, kiosques notamment).

**A défaut :**

- potentielle remise en cause d'implantations de mobiliers urbains d'ores et déjà implantées sur le territoire
- risque de **rupture du service délivré par les mobiliers urbains**
- Les droits d'exploitation publicitaire sur les mobiliers urbains risquent de **ne plus pouvoir financer l'information municipale, l'information culturelle, les abris-voyageurs**.

→ **Objectif** : Préservation du libre choix des collectivités de déterminer à l'avenir le mobilier urbain publicitaire qu'elles souhaiteront maintenir/déployer sur leur territoire dans le cadre du contrat de mobiliers urbains.



### III . Sur le mobilier urbain numérique

Nous relevons au projet l'intention de la commune d'autoriser le numérique « **non animé ou vidéo (images fixes défilantes uniquement)** » et ce, y compris sur le mobilier urbain (article 8).

#### **Article 8 - Luminosité des supports publicitaires**

La luminosité par transparence et le numérique **non animé ou vidéo (images fixes défilantes uniquement)** sont autorisés.  
Tous les autres types d'éclairage sont strictement interdits.

Placé au service de la communication de la collectivité, le mobilier urbain numérique offre une nouvelle expérience de la commune et devient alors le vecteur d'une **prise de parole contextualisée, réactive, diffusée en temps réel**.

Par ailleurs, accessible à tous les annonceurs, notamment pour les commerces de proximité, le mobilier urbain numérique est particulièrement efficace pour **valoriser l'économie locale** et ce, tout particulièrement dans la période de relance économique. Permettant de dynamiser le marché publicitaire, les mobiliers urbains numériques sont alors un levier d'innovation incomparable dans notre secteur.

Contraire le mobilier urbain numérique au seul défilement d'images fixes fait perdre au mobilier toute son attractivité ainsi que sa raison d'être.

Pour rappel, la commune dispose de la **pleine et entière compétence pour décider de l'implantation et du mode d'exploitation des mobiliers urbains numériques sur son territoire**.

Qui plus est, l'implantation de mobiliers urbains numériques demeure sous le **régime strict de l'autorisation préalable** → autorisation délivrée par le maire au cas par cas et compte tenu du « cadre de vie environnant » (article R581-15 du Code de l'environnement).

En outre, la collectivité et l'Architecte des Bâtiments de France (dans le SPR et les abords de monuments historiques) peuvent refuser toute implantation de mobilier urbain.

#### **Notre préconisation :**

- Autoriser **en toutes zones** le mobilier urbain numérique, **y compris sous format animé et vidéo**, sous réserve des dispositions prévues aux articles R.581-42 à R.581-47 du Code de l'environnement 7

### IV . Sur l'extinction des publicités et préenseignes lumineuses apposées sur mobilier urbain

Nous relevons au projet une règle d'extinction des publicités et préenseignes lumineuses (article 9), laquelle est opposable au mobilier urbain.

#### **Article 9 - Plage d'extinction nocturne**

Les publicités ou préenseignes lumineuses sont éteintes entre 22 heures et 6 heures **y compris celles supportées à titre accessoire sur le mobilier urbain et éclairées par transparence**.

Nous souhaitons rappeler que dans son article R.581-35, le Code de l'environnement ne prévoit pas l'opposabilité des règles d'extinction lumineuse aux mobiliers urbains éclairés par projection ou transparence, de même qu'à la publicité apposée sur mobilier urbain numérique **dans la mesure où ses images demeurent fixes**.

En outre, les juges ont pu juger que l'éclairage la nuit des mobiliers urbains leur permet « d'assurer leur fonction d'information des usagers des transports publics et des usagers des voies publiques et contribue à la sécurité publique dans les agglomérations » (CE, 4 décembre 2013, req. n° 357839).

#### **Notre préconisation :**

→ **Modifier l'article 9 du RLP comme suit :**

« Les publicités ou préenseignes lumineuses sont éteinte entre 22 heures et 6 heures, à l'exception de celles supportées à titre accessoire sur le mobilier urbain ».



## V . Remarques complémentaires

Nous profitons de la présente pour vous faire part de la présence de coquilles rédactionnelles au sein du projet de RLP.

- **Article 5 du RLP** : présence d'une erreur de renvoi, lire L.581-4 en lieu et place de L.151-4 du code de l'environnement

### **Article 5 - Interdictions**

Conformément à l'article L.151-4 du code de l'environnement, toute publicité demeure interdite au sein du site classé de l'ensemble formé par la plaine de Versailles et sur les quatre immeubles inscrits au titre des monuments historiques recensés sur le territoire de Saint-Cyr-l'École (Domaine national de Versailles, École spéciale militaire de Saint-Cyr-l'École, Porte de l'abbaye, Immeuble Place des douanes).



- **Présence d'un risque lié à l'interprétation juridique :**

Pour rappel, les caractéristiques du mobilier urbain, notamment coloris et emplacements, sont maîtrisées dans le cadre de la convention de mobiliers urbains. Nous préconisons donc de faire préciser que ces dispositions ne sont pas opposables au mobilier urbain support de publicité à titre accessoire.

### **Article 4 - Dispositions générales**

Les supports publicitaires, enseignes et préenseignes doivent avoir une intégration paysagère respectueuse de leur environnement bâti et naturel.

L'encadrement des publicités et préenseignes doit être réalisé dans des couleurs neutres et teintes discrètes.

## **Réponse de la collectivité :**

Là encore, comme pour les associations ayant contribué durant cette concertation, la commune remercie l'afficheur JCDecaux pour ses observations.

### ***Sur la spécificité du mobilier urbain publicitaire :***

Le projet de RLP présenté par la collectivité traite déjà ce type publicitaire spécifiquement en autorisant ses cinq catégories par dérogation dans les périmètres d'interdiction relative (ZP1) en maintenant les règles nationales du code de l'environnement à l'exception des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques.

### ***Sur le format du mobilier urbain d'informations :***

L'erreur matérielle ayant conduit à omettre le maintien des mobiliers existants présentant 8 mètres carrés d'affiche sera corrigée dans le projet soumis au conseil municipal., la publicité numérique dans des agglomérations similaires à Saint-Cyr-l'École peut mesurer jusqu'à soit quatre fois plus grand que ce qui est prévu ici.

### ***Sur le mobilier urbain numérique :***

En tout état de cause, de tels dispositifs ne sauraient être autorisés en toute zone puisque la commune ne souhaite pas se placer en situation irrégulière, la zone ZP0 correspond aux périmètres d'interdiction absolue au sein desquels est formellement proscrite par le cadre national.

En revanche, la publicité accessoire sur mobilier urbain éclairée par voie numérique pourra être admise en ZP1 jusqu'à 2 mètres carrés d'affiche.

### ***Sur l'extinction des publicités et préenseignes lumineuses apposées sur mobilier urbain :***

Seules les publicités et préenseignes apposées à titre accessoire sont permises par le projet de RLP de Saint-Cyr-l'École et ce uniquement en ZP1. Pour d'évidentes questions de préservation du cadre de vie, des paysages et de la biodiversité, la collectivité ne souhaite pas autoriser de luminosité



nocturne tardive sans exception. Par ailleurs, l'éclairage est suffisant pour assurer le bon éclairage et la sécurité publique dans les rues saint-cyriennes.

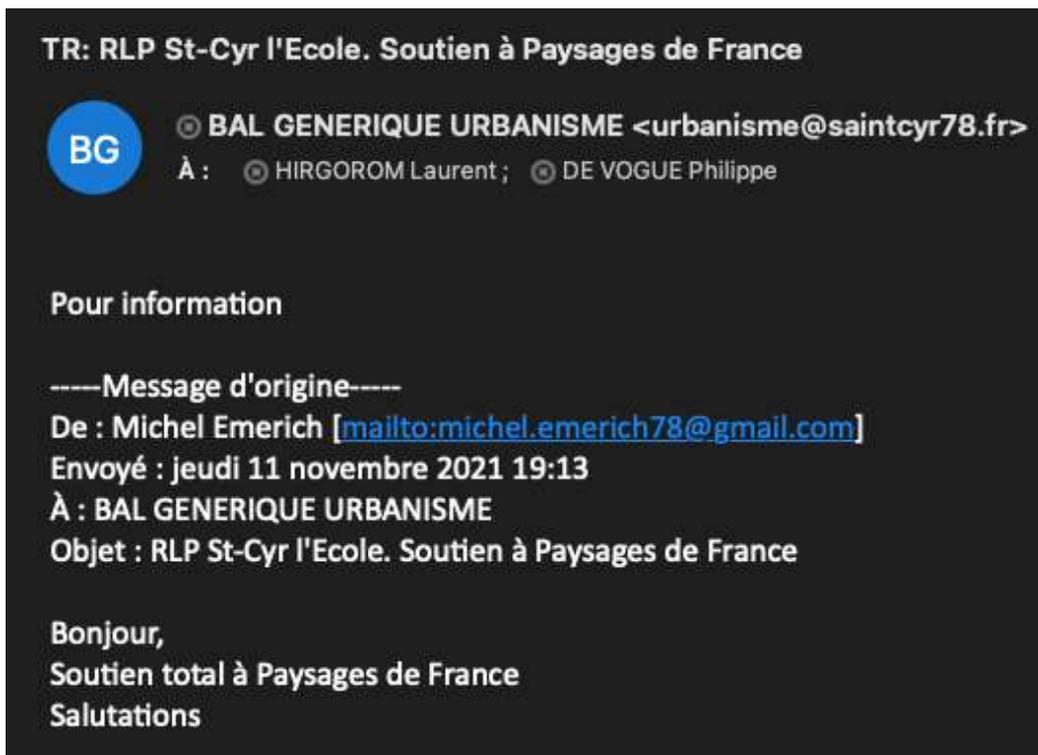
**Remarques complémentaires :**

L'erreur de transcription de l'article 5 sera corrigée dans le projet de RLP soumis au conseil municipal.

Les assertions de l'article 4 du RLP reprenant les obligations nationales minimales d'intégration des dispositifs de publicité, il n'y a pas lieu de les réécrire ici d'autant que la publicité sera uniquement possible sur le mobilier urbain que la collectivité maîtrise totalement que ce soit en termes d'implantation, de nombre, de luminosité ou encore d'esthétique avec le contrôle final de l'architecte des bâtiments de France au sein des périmètres patrimoniaux.



#### 4. *Contributions individuelles*



Cette contribution trouve sa réponse directement dans la réponse à celle de Paysages de France (contribution 2).



La collectivité rappelle que la possibilité d'interdire toute forme de publicité n'appartient pas à la réglementation locale mais nationale (code de l'environnement). Le juge administratif a ainsi censuré constamment les réglementations locales qui avaient pour objectif ou conséquence d'instituer une interdiction générale de publicité.

Par exemple, la Cour administrative d'appel de Paris a jugé dans l'arrêt n° 13PA03128 du 19 janvier 2016, que « Les dispositions de l'actuel article L. 581-14, comme celles des articles L. 581-10 et L.



581-11 applicables antérieurement à l'entrée en vigueur de la loi du 12 juillet 2010, permettent au règlement local de publicité de définir une ou plusieurs zones où s'applique une réglementation plus restrictive que les prescriptions du règlement national ; que ces dispositions confèrent aux autorités locales, en vue de la protection du cadre de vie et sous le contrôle du juge de l'excès de pouvoir, un large pouvoir de réglementation de l'affichage, qui leur permet notamment d'interdire dans ces zones toute publicité ou certaines catégories de publicité en fonction des procédés ou des dispositifs utilisés ; qu'il leur appartient cependant d'exercer ce pouvoir de police dans le respect du principe d'égalité et sans porter une atteinte excessive à la liberté du commerce et de l'industrie et à la concurrence, ainsi qu'à la liberté de l'affichage et la publicité ».

Considérant les fortes restrictions envisagées dans le présent projet de RLP (la publicité n'est admise à titre dérogatoire et accessoire que sur le mobilier urbain dont l'installation est soumise à l'aval de la collectivité et de l'architecte des bâtiments de France), la commune ne souhaite pas aller plus loin au risque de se retrouver dans ce cas d'interdiction générale de publicité.

**De :** BRAU Sonia  
**Envoyé :** lundi 15 novembre 2021 09:45  
**À :** FONVIELLE Cyrille <[cfonvielle@saintcyr78.fr](mailto:cfonvielle@saintcyr78.fr)>; DE VOGUE Philippe <[pdevogue@saintcyr78.fr](mailto:pdevogue@saintcyr78.fr)>; BEAUVALLET Lionel <[lbeauvallet@saintcyr78.fr](mailto:lbeauvallet@saintcyr78.fr)>  
**Objet :** Fwd: Remarques sur le projet de règlement local de publicité de Saint-Cyr-l'Ecole, saisine par voie électronique

Idem

Envoyé de mon iPad

Début du message transféré :

**De :** "Mathieu Mirleau (Saint-Cyr-l'École en commun)" <[mmirleau@saintcyrencommun.fr](mailto:mmirleau@saintcyrencommun.fr)>  
**Date:** 14 novembre 2021 à 12:47:51 UTC+1  
**À :** BAL GÉNÉRIQUE URBANISME <[urbanisme@saintcyr78.fr](mailto:urbanisme@saintcyr78.fr)>  
**Cc:** BRAU Sonia <[sbrau@saintcyr78.fr](mailto:sbrau@saintcyr78.fr)>  
**Objet:** Remarques sur le projet de règlement local de publicité de Saint-Cyr-l'Ecole, saisine par voie électronique

Mesdames et Messieurs en charge du service urbanisme, Madame le Maire,

Suite à la réunion publique du mardi 9 novembre, il nous a été indiqué que nous avons jusqu'au 24 novembre 2021 pour faire de remarques sur votre projet de règlement local de publicité pour la ville de Saint-Cyr.

Tout d'abord, j'indique que je souscris pleinement à l'analyse et aux recommandations de l'association Saint-Cyr en commun à ce sujet (voir pièce-jointe) et je souhaiterais donc que vous modifiez votre projet pour en tenir compte.

Dans le cadre des dispositions concernant la possibilité de saisir par voie électronique une administration (décret 2016-1411 du 20 octobre 2016), je vous saurais gré de bien vouloir accuser réception de ce message.

Veuillez agréer, Mesdames et Messieurs, mes sincères salutations.  
Mathieu Mirleau

Cette contribution trouve sa réponse directement dans la réponse à celles de Saint-Cyr-l'Ecole en commun (contributions 1).



De : Robert Rodes [mailto:robert.rodes21@gmail.com]  
Envoyé : dimanche 14 novembre 2021 18:54  
À : BAL GNERIQUE URBANISME <urbanisme@saintcyr78.fr>; DE VOGUE Philippe <advogue@saintcyr78.fr>  
Cc : BRAU Sonia <brau@saintcyr78.fr>; contact@saintcyrencommun.fr  
Objet : Objet : Projet nouveau RLP SSt Cyr l'Ecole

Bonjour

Je fais suite à la réunion publique d'information du mardi 9 novembre dernier relatif à la présentation du nouveau RLP pour notre commune. J'ai retenu de cette présentation les deux orientations principales qui président à ce nouveau règlement :

- préservation esthétique de l'espace urbain
- limiter le gaspillage énergétique notamment électrique

Dans ce cadre j'encourage l'équipe municipale à endiguer toute forme de panneaux publicitaires n'ayant pas de caractère informatif à destination des St Cyrien(ne)s et des usagers et plus particulièrement les panneaux de grandes dimensions, qu'ils soient en façade ou sur pieds notamment sur les grands axes qui traversent notre ville.

Par ailleurs en cette période de COP 26 où les gouvernements et les organisations écologistes appellent au réveil des consciences individuelles pour qu'à tous les niveaux de la société nous soyons vigilants aux économies d'énergies, il serait incompréhensible que nous acceptions des panneaux publicitaires lumineuses et/ou numériques. La Mairie a entrepris de changer les candélabres sur les grandes artères de St Cyr notamment pour faire des économies sur la consommation électrique, ce n'est pas pour gaspiller d'un autre côté en autorisant l'implantation de panneaux publicitaires numériques.

Enfin en marge de ce sujet sur le RLP, j'attire votre attention sur des éclairages privés de façades ou de parking de magasins ou d'entreprise et ce toute la nuit, en dehors des périodes d'activités. Je doute que ces dispositifs d'éclairage nocturnes permettent de résoudre certaines questions sécuritaires. Il serait souhaitable que les services de la Mairie puissent intervenir auprès de ces Sociétés pour les sensibiliser aux économies d'énergie, peut être en faisant installer des détecteurs de présence.

A titre d'exemple, je joins à ce courriel une photo du magasin de pneu Speedy situé en haut de l'avenue Pierre Curie, photo prise en pleine nuit.

Vous remerciant par avance de bien vouloir prendre en considération mes remarques.

Veillez agréer, Mesdames et Messieurs, mes sincères salutations.

Robert RODES

Les grands formats publicitaires sont interdits sur l'ensemble de la commune où seule sera autorisée la publicité accessoire sur le mobilier urbain notamment des abris destinés aux voyageurs (2 mètres carrés) ou des mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques (jusqu'à 8 mètres carrés non numériques et 2 mètres carrés si numériques).

En ce qui concerne la des publicités et préenseignes, lumineuses numériquement ou non, la commune rappelle que le message publicitaire ne sera qu'accessoire par rapport au service rendu au public (service public de l'information, protection des voyageurs usagers des transports collectifs). La possibilité d'installation de ces dispositifs permettrait à la collectivité de disposer d'affichage de taille suffisante pour que les messages qu'elle souhaite diffuser soient visibles et vus de tous avec une versatilité incomparable par ailleurs.

Enfin sur l'éclairage extérieur des parkings en dehors des horaires de fonctionnement des activités, le RLP n'est pas compétent pour traiter cette problématique mais la collectivité s'engage à se saisir du sujet dans le cadre de ces compétences générales.



 Révision RLP

Identité Marie-Christine Dhollande

Adresse mail ou numéro de téléphone [mariedhollande@aol.com](mailto:mariedhollande@aol.com)

Adresse Numéro et rue: 16, rue Victor Hugo  
Ville: St Cyr l'Ecole  
Code Postal: 78210

Commentaires

Bonjour,  
Soucieuse de notre cadre de vie, j'ai assisté à votre réunion publique du 9 novembre dernier.

- J'ai bien noté que, sauf dérogations prévues par le RLP, toute publicité est interdite dans St Cyr, du fait de sa proximité avec le Château de Versailles et les Trianons  
- J'ai bien noté également la différence qui est faite entre enseignes et publicité/pré-enseignes, ainsi que les zones de découpage de la commune.

Je pensais qu'un débat aurait lieu à l'issue de la présentation technique. Je vous fais donc part ici de mes remarques personnelles et des questions que je n'ai pu poser.

Concernant les enseignes :

La disparité de l'existant demande en effet que des règles soient édictées pour empêcher l'envahissement de l'espace public. En tant que st cyrienne, j'ai à cœur de ne pas me sentir agressée par des enseignes trop grandes, trop nombreuses.  
Néanmoins :

- les petits panneaux informatifs sont-ils amenés à disparaître ? (cf. 1ère photo de la page 21 de votre présentation) ; un cadrage général de leur taille me semblerait plus adapté aux besoins des commerçants et aussi des st cyriens qui souhaiteraient être informés
- les mentions « à louer » ou « à vendre » apposés sur un balcon (cf p. 25 : « proposition d'interdictions générales pour le futur RLP » ) sont pourtant des renseignements qui peuvent intéresser ... ces petits écriteaux seront-ils interdits aussi ?

Si la taille générale des enseignes est régulée, le paysage permettrait d'accepter volontiers ces indications, moins intrusives et souvent utiles.

Concernant la publicité et les préenseignes :

Permettre la publicité sur des supports implantés par un partenaire ne nous donne aucun droit de regard ultérieur sur l'usage qui en sera fait (images animées, microfilms, vitesse de défilement, contenu éventuellement dégradant –image de la femme par exemple-, densité lumineuse, etc. ...),

- la taille de 2m<sup>2</sup> me paraît donc excessive,
- les supports et leur coût de réparation seront pris en charge par le partenaire, mais qu'en est-il des coûts de fonctionnement ? car les supports numériques seront reliés au réseau électrique, ce qui n'est satisfaisant ni économiquement ni écologiquement ....
- la fourniture gratuite d'abribus et sucettes d'information peut constituer un atout immédiat, mais au vu des coûts de fonctionnement et des contraintes, la Ville a-t-elle réalisé une étude chiffrée pour prendre en charge directement des infrastructures de type abribus réalisées en matériaux respectueux de l'environnement et à moindre coût d'entretien ?

En conclusion, et si tant est que mon humble avis de st cyrienne lambda puisse compter, je suis personnellement opposée au RLP pour sa partie concernant les publicités et préenseignes.  
Je vous remercie pour votre attention.

Terms and Conditions Accepté



C'est dans le cadre des interdictions absolues et relatives de publicité et en vertu de la différence entre enseignes et publicités/préenseignes que justement les petits panneaux publicitaires (informations/promotions commerciales telles que définit par le code de l'environnement) sont déjà prohibés à Saint-Cyr-l'Ecole. Dans un tel cadre patrimonial c'est la norme et la commune ne reviendra pas sur ce fait dans le RLP.

Les mentions « à vendre » ou « à louer » constituent des enseignes temporaires au sens de l'article R581-68 du code de l'environnement tant qu'elles sont affichées sur le l'unité foncière du bien considéré et que celui-ci est à louer ou à vendre. Comme l'ensemble des signalisation économique encadrée par la publicité extérieure, ces indications sont plus ou moins utiles selon que la personne qui les reçoit se sente ou non concernée. Dans le cadre du projet de RLP de telles communications seront interdites dès lors que leur implantation ne permettra pas une intégration qualitative vis-à-vis du bâti où elles sont implantées : sur les arbres et les plantations, les garde-corps et les barres d'appui de fenêtres, de baies, de balcons ou de balconnets, les balcons ou balconnets, les clôtures non aveugles et les bâches. Sur d'autres supports leur installation dépendra des règles propres à chaque typologie d'enseignes considérée.

Concernant la publicité accessoire apposée sur le mobilier urbain ce n'est pas le RLP qui encadrera le contenu et les détails techniques. Le RLP encadre la possibilité d'en installer, leur format, leur luminosité et une plage d'extinction nocturne. Le contenu et les détails techniques peuvent être discutés, par ailleurs et de gré à gré, entre la commune et l'afficheur avec qui elle a une concession de services dans le cadre de celle-ci.

En outre, en ce qui concerne spécifiquement les mobiliers urbains destinés à recevoir des informations non publicitaires à caractère général ou local, ou des œuvres artistiques la taille des communications d'intérêt collectif et de la publicité sont équivalentes puisqu'il s'agit d'outil double-face ou mono-face. Le format maximal choisi sera autant utile à la communication de la commune de Saint-Cyr-l'Ecole que celle des annonceurs.

Enfin en ce qui concerne le coût de fonctionnement des mobiliers urbains supportant de la publicité à titre accessoire, là encore ce n'est pas le champ de compétences du RLP mais cela peut par ailleurs être discuté de gré à gré dans le cadre de la concession de service mobiliers urbains. La commune n'a pas encore validé le choix de passer de nouveau par une telle concession une fois que le contrat en cours sera échu : elle n'a donc pas encore fait de bilan de cette concession, étant entendu que compte tenu de leurs obligations propres les professionnels de l'affichage sont les interlocuteurs le plus à même de répondre à des impératifs de durabilité écologique, technologique et donc économique.



**De :** Martine EMERAUD [mailto:[martine.emeraud@orange.fr](mailto:martine.emeraud@orange.fr)]

**Envoyé :** mercredi 17 novembre 2021 19:00

**À :** BAL GNERIQUE URBANISME; BRAU Sonia

**Cc :** contact

**Objet :** Affichage sur Saint Cyr l'Ecole

Mesdames et Messieurs en charge du service urbanisme, Madame le Maire,

Suite à la réunion publique du mardi 9 novembre, il nous a été indiqué que nous avons jusqu'au 24 novembre 2021 pour faire de remarques sur votre projet de règlement local de publicité pour la ville de Saint-Cyr.

Tout d'abord, j'indique que je souscris pleinement à l'analyse et aux recommandations de l'association Saint-Cyr en commun à ce sujet et je souhaiterais donc que vous modifiez votre projet pour en tenir compte.

Par ailleurs, j'estime que la municipalité devrait interdire les panneaux numériques sur le mobilier urbain.

Dans le cadre des dispositions concernant la possibilité de saisir par voie électronique une administration (décret 2016-1411 du 20 octobre 2016), je vous saurais gré de bien vouloir accuser réception de ce message.

Veillez agréer, Mesdames et Messieurs, mes sincères salutations.

**Emeraud Martine**

Cette contribution trouve essentiellement sa réponse directement dans la réponse à celles de Saint-Cyr-l'Ecole en commun (contributions 1).

En ce qui concerne les panneaux publicitaires lumineux, la commune rappelle qu'ils font l'objet dans le RLP d'une plage d'extinction plus contraignante (22h – 6h contre 1h – 6h) et que le champ de compétences du RLP ne lui permet pas d'interdiction basée sur des éléments non strictement liés au code de l'environnement comme la sécurité routière qui est régie par son code et sa police propres. De ce fait, l'accidentologie potentielle des publicités lumineuses (qui n'est, sauf preuve du contraire dûment étayée par des études validées, qu'une potentialité) ne va pas être traitée par le RLP mais par le pouvoir de police général du maire.

**De :** Catherine Londadjim [mailto:[clondadjim.conseils@gmail.com](mailto:clondadjim.conseils@gmail.com)]

**Envoyé :** jeudi 18 novembre 2021 09:42

**À :** BAL GNERIQUE URBANISME

**Cc :** BRAU Sonia; [contact@saintcyrencommun.fr](mailto:contact@saintcyrencommun.fr)

**Objet :** Remarques sur le projet de règlement local de publicité de Saint-Cyr-l'Ecole, saisine par voie électronique

Mesdames et Messieurs en charge du service urbanisme, Madame le Maire,

Suite à la réunion publique du mardi 9 novembre, il nous a été indiqué que nous avons jusqu'au 24 novembre 2021 pour faire des remarques sur votre projet de règlement local de publicité pour la ville de Saint-Cyr.

Tout d'abord, j'indique que je souscris pleinement à l'analyse et aux recommandations de l'association Saint-Cyr en commun à ce sujet (voir pièce-jointe) et je souhaiterais donc que vous modifiez votre projet pour en tenir compte.

Par ailleurs, j'estime que la municipalité devrait interdire les enseignes scellées au sol de 6 mètres de haut.

Dans le cadre des dispositions concernant la possibilité de saisir par voie électronique une administration (décret 2016-1411 du 20 octobre 2016), je vous saurais gré de bien vouloir accuser réception de ce message.

Veillez agréer, Mesdames et Messieurs, mes sincères salutations.

**Catherine LONDADJIM**



Cette contribution trouve sa réponse directement dans la réponse à celles de Saint-Cyr-l'Ecole en commun (contributions 1).

**De :** Nee Julien [mailto:[nee.julien@gmail.com](mailto:nee.julien@gmail.com)]

**Envoyé :** jeudi 18 novembre 2021 10:07

**À :** BAL GNERIQUE URBANISME

**Objet :** Remarques sur le projet de règlement local de publicité de Saint-Cyr-l'Ecole, saisine par voie électronique

Mesdames et Messieurs en charge du service urbanisme, Madame le Maire,

Suite à la réunion publique du mardi 9 novembre, il nous a été indiqué que nous avons jusqu'au 24 novembre 2021 pour faire des remarques sur votre projet de règlement local de publicité pour la ville de Saint-Cyr.

Tout d'abord, j'indique que je souscris pleinement à l'analyse et aux recommandations de l'association Saint-Cyr en commun à ce sujet (voir pièce-jointe) et je souhaiterais donc que vous modifiez votre projet pour en tenir compte.

Par ailleurs, il me semble important de rappeler que lors de la réunion il a été expliqué de nombreuses fois la particularité de Saint Cyr l'école.

- Notre ville de par sa situation géographique avec Versailles est préservée de la publicité afin de respecter l'histoire de la ville et les monuments historiques. Nous avons donc le droit de n'avoir aucune publicité dans notre ville afin de sauvegarder ce patrimoine, mais le projet n'en tient pas compte et donne du crédit aux publicités face au confort des habitants. C'est à mon sens totalement illogique : nous avons le droit de n'avoir aucune publicité, c'est une chance. Mais nous avons également un devoir, celui de préserver notre histoire, notre confort. Je m'oppose donc totalement à ce projet de règlement local de publicité.

- Vous nous avez également présenté les panneaux publicitaires lumineux et numériques . Là encore, nous avons le droit, et à mon sens le devoir de ne pas en avoir. De plus, à qui serviront ces publicités numériques ? Qui à part les grandes multinationales peuvent se payer des vidéos publicitaires qui polluent notre confort visuel ? Sur le document de présentation (page 21), on peut y voir des publicités qui deviendront alors des publicités numériques pour les marques de bières 1664. Quel intérêt pour les Saint-Cyrien d'avoir en attendant son bus des publicités vidéos de bières ? Je n'en trouve aucune, bien au contraire.

- Enfin, vous nous aviez expliqué lors de la réunion, que la publicité permettait de financer l'entretien des structures, c'est pourquoi la majorité fait le choix de ce projet de règlement local de publicité. Mais c'est à mon sens une orientation biaisée : en réalité la publicité se finance elle-même et n'apporte rien à la commune, d'autant plus quand le projet de règlement local de publicité permet l'installation de publicité numérique que seules les grosses multinationales vont utiliser. De plus, nous voyons chaque jour que le prix en énergie augmente, que le climat se dérègle...avons-nous besoin de publicité numérique ? Je ne le crois pas. Nous avons la possibilité par la loi de ne pas avoir de publicité dans notre ville, ne gâchons pas cette chance.

Le choix de ce projet de règlement local de publicité est crucial. J'attends énormément de la majorité afin qu'elle prenne bien l'importance de l'avis et du confort des Saint-Cyrien. La réunion publique du 24 novembre 2021 était un bon indicateur des envies des habitants. Nous étions pour la grande majorité totalement abasourdi par le projet de règlement local de publicité en ce qui concerne principalement les publicités lumineuses et numériques. Il me semble important de mettre la démocratie au centre de la gestion d'une ville. Saint Cyr l'école le mérite aussi.

Dans le cadre des dispositions concernant la possibilité de saisir par voie électronique une administration (décret 2016-1411 du 20 octobre 2016), je vous saurais gré de bien vouloir accuser réception de ce message.

Veillez agréer, Mesdames et Messieurs, mes sincères salutations.  
Née Julien

Cette contribution trouve essentiellement sa réponse directement dans la réponse à celles de Saint-Cyr-l'Ecole en commun (contributions 1).

Concernant la publicité autorisée par le projet de RLP de Saint-Cyr-l'Ecole, il ne s'agira que de publicité accessoire apposée sur le mobilier urbain dont l'objet premier est le service rendu au public (service public de l'information, protection des usagers des transports collectifs). La



commune ne souhaite pas pour l'heure se lancer dans le mobilier urbain serviciel et pour autant a besoin de ces services pour sa communication institutionnelle et l'abri des voyageurs notamment. De fait, ce type de mobilier encadré par le code de l'environnement et contraint par le RLP passe par un affichage bilatéral comprenant des informations d'intérêt collectif et des communications commerciales. Le contenu de ces dernières n'est pas encadré par le RLP mais pourrait être discuté de gré à gré dans le cadre de la concession de services mobiliers urbains.

**De :** Hervé Nougier [mailto:[herve.nougier@mediatech.fr](mailto:herve.nougier@mediatech.fr)]

**Envoyé :** jeudi 18 novembre 2021 12:53

**À :** BAL GENERIQUE URBANISME

**Cc :** BRAU Sonia

**Objet :** Remarques sur le projet de règlement local de publicité de Saint-Cyr-l'Ecole, saisine par voie électronique

Mesdames et Messieurs en charge du service urbanisme, Madame le Maire,

Suite à la réunion publique du mardi 9 novembre, il nous a été indiqué que nous avons jusqu'au 24 novembre 2021 pour faire de remarques sur votre projet de règlement local de publicité pour la ville de Saint-Cyr.

Tout d'abord, j'indique que je souscris pleinement à l'analyse et aux recommandations de l'association Saint-Cyr en commun à ce sujet et je souhaiterais donc que vous modifiez votre projet pour en tenir compte.

Par ailleurs, en qualité de Président de la société Mediatech ayant son siège à St-Cyr l'Ecole qui est particulièrement engagée dans la promotion du [numérique responsable](#) et membre de [Planet Tech Care](#), je fais appel à votre bon sens pour ne pas créer une nouvelle source de consommation énergétique qui ne répond à aucun besoin et ne rend aucun service à la collectivité. Vous n'ignorez pas les impacts environnementaux des panneaux numériques. Il n'est plus admissible qu'un dispositif qui n'a pas d'utilité au sens de l'intérêt général ait un impact sur la demande énergétique, la pollution lumineuse nocturne et le réchauffement climatique via le bilan carbone de la fabrication de ces écrans et le [transit de données](#) pour les alimenter.

Je vous invite à ne pas "compenser" le bénéfice de votre action au niveau de l'éclairage public par la création d'une nouvelle source de consommation énergétique, au seul bénéfice d'intérêts privés et de la promotion de toujours plus de consommation.

Dans le cadre des dispositions concernant la possibilité de saisir par voie électronique une administration (décret 2016-1411 du 20 octobre 2016), je vous saurais gré de bien vouloir accuser réception de ce message.

Veillez agréer, Mesdames et Messieurs, mes sincères salutations.

Cette contribution trouve essentiellement sa réponse directement dans la réponse à celles de Saint-Cyr-l'Ecole en commun (contributions 1).

Concernant la publicité numérique autorisée par le projet de RLP de Saint-Cyr-l'Ecole, il ne s'agira que de publicité accessoire apposée sur le mobilier urbain dont l'objet premier est le service rendu au public (service public de l'information, protection des usagers des transports collectifs). La commune ne souhaite pas pour l'heure se lancer dans le mobilier urbain serviciel et pour autant a besoin de ces services pour sa communication institutionnelle et l'abri des voyageurs notamment. De fait, ce type de mobilier encadré par le code de l'environnement et contraint par le RLP passe par un affichage bilatéral comprenant des informations d'intérêt collectif et des communications commerciales.



**De :** canzano thierry [<mailto:thierry092@yahoo.fr>]

**Envoyé :** jeudi 18 novembre 2021 19:56

**À :** BAL GNERIQUE URBANISME

**Cc :** BRAU Sonia

**Objet :** Remarques sur le projet de règlement local de publicité de Saint-Cyr-l'Ecole, saisine par voie électronique

Mesdames et Messieurs en charge du service urbanisme, Madame le Maire,

Suite à la réunion publique du mardi 9 novembre, il nous a été indiqué que nous avons jusqu'au 24 novembre 2021 pour faire de remarques sur votre projet de règlement local de publicité pour la ville de Saint-Cyr.

Tout d'abord, j'indique que je souscris pleinement à l'analyse et aux recommandations de l'association Saint-Cyr en commun à ce sujet et je souhaiterais donc que vous modifiez votre projet pour en tenir compte.

Par ailleurs, j'estime qu'en tant que parents d'élèves et représentant de parents il est impossible de garantir une absence de panneaux numériques près des écoles et des lieux de loisirs pour les enfants. Nos enfants sont déjà beaucoup trop exposés aux écrans à domicile. Ils devront éviter les écrans de publicité dans les rues de Saint-Cyr l'école en plus des nuisances et de la pollution générée.

De même cela va générer des pertes d'emploi pour les colleurs d'affiche.

Dans le cadre des dispositions concernant la possibilité de saisir par voie électronique une administration (décret 2016-1411 du 20 octobre 2016), je vous saurais gré de bien vouloir accuser réception de ce message.

Veuillez agréer, Mesdames et Messieurs, mes sincères

Thierry CANZANO

[Envoyé depuis Yahoo Mail pour Android](#)

Cette contribution trouve essentiellement sa réponse directement dans la réponse à celles de Saint-Cyr-l'Ecole en commun (contributions 1).

Concernant l'implantation exacte des mobiliers urbains sur lesquels de la publicité pourrait être apposée à titre accessoire et potentiellement avec une luminosité par transparence ou numérique, il est rappelé que cette problématique est hors champ du RLP. Pour autant, elle peut être discutée de gré à gré avec le professionnel de l'affichage titulaire de l'éventuelle concession dans le cadre de cette dernière.

Quant aux pertes d'emploi liés aux évolutions technologiques, il n'appartient pas à la collectivité locale de les contrôler.



**De :** nicolas.farre81@gmail.com [mailto:nicolas.farre81@gmail.com]

**Envoyé :** lundi 22 novembre 2021 06:18

**À :** BAL GNERIQUE URBANISME

**Cc :** BRAU Sonia

**Objet :** Remarques sur le projet de RLP de Saint-Cyr-l'Ecole, saisine par voie électronique

Bonjour à vous,

Pour faire suite à la réunion publique de concertation du mardi 9 novembre dernier, je vous envoie ce mail pour faire part de remarques sur le projet de règlement local de publicité pour la ville de Saint-Cyr-l'Ecole.

Je souscris aux recommandations de l'association Saint-Cyr en commun à ce sujet (voir pièce-jointe) et je souhaiterais donc que vous modifiez votre projet pour en tenir compte.

Je tenais à indiquer que la limitation de la publicité aux seuls supports à vocation d'information municipale est une bonne chose à mon sens.

Toutefois, la publicité numérique ne m'apparaît pas comme une avancée, mais plutôt une fuite en avant. [Ces procédés gourmands en énergies](#) sont contradictoires avec la sobriété énergétique qu'il est nécessaire d'entamer.

Il ne s'agit dans ce projet que d'une « porte ouverte » à l'introduction de cette publicité numérique, mais il me semblerait préférable de laisser la porte fermée, et de ne pas envisager ce type de publicité. Saint-Cyr-l'Ecole éviterait ainsi une consommation électrique plutôt inutile. Je souhaiterais que le RLP soit modifié en conséquence.

Je vous remercie par avance d'accuser réception de mon message.

En vous souhaitant une bonne journée,

Bien cordialement,

Nicolas Farré

Cette contribution trouve sa réponse directement dans la réponse à celles de Saint-Cyr-l'Ecole en commun (contributions 1).

**De :** Maurice [mailto:maurice@saintcyrencommun.fr]

**Envoyé :** lundi 22 novembre 2021 11:09

**À :** BAL GNERIQUE URBANISME; BRAU Sonia

**Objet :** Remarques sur le projet de règlement local de publicité de Saint-Cyr-l'Ecole, saisine par voie électronique

Bonjour,

Suite à la réunion publique sur le projet de règlement local de publicité (RLP) pour la ville de Saint-Cyr-l'Ecole, veuillez trouver mes remarques :

- J'approuve totalement l'interdiction de la publicité en dehors du mobilier urbain,

- Je considère l'ouverture du RLP à la publicité numérique comme une profonde erreur. Cette publicité, non seulement accapare l'attention et peut gêner la visibilité mais, consommatrice d'énergie, elle va à l'encontre des démarches entreprises par la municipalité et au niveau national concernant la réduction de la luminosité et les économies d'énergie (limitation de l'éclairage nocturne, changement des lampadaires, etc...),

- concernant les enseignes commerciales, au-delà d'une limitation de leur superficies en fonction d'un pourcentage de couverture des bâtiments, il me semble nécessaire d'introduire une limitation maximale de surface pour éviter l'utilisation d'enseigne gigantesque sur les bâtiments commerciaux.

Enfin pour résumé, je partage pleinement les recommandations de l'association Saint-Cyr-en-commun que vous trouverez ci-dessous.

En vous remerciant par avance pour la prise en compte de mes remarques.

Maurice Imbard

Cette contribution trouve sa réponse directement dans la réponse à celles de Saint-Cyr-l'Ecole en commun (contributions 1).



## V. Publicité de la commune autour de la concertation



Saint-Cyr-l'École

Votre recherche

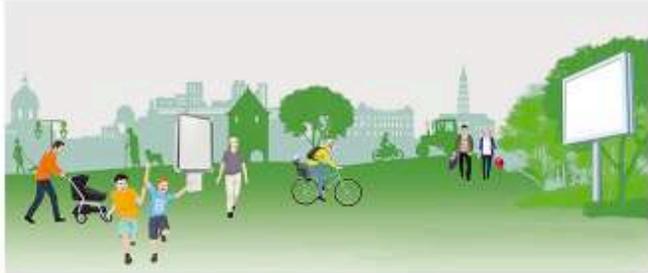
  

[Accueil](#) [Actualités](#) [Ma Mairie](#) [Mon quotidien](#) [Familles](#) [Loisirs](#) [Solidarité](#)

---

### Réglementation locale de publicité

Depuis dix ans la réglementation en matière d'enseignes publicitaires a beaucoup évolué. Les enseignes, préenseignes et affichages publicitaires sont désormais très strictement encadrés.



Les publicités, enseignes et préenseignes, sont soumises à une réglementation protectrice de l'environnement et du cadre de vie. Leur installation doit être conforme à des conditions de densité et de format et faire l'objet de déclaration ou d'autorisation préalables en mairie ou en préfecture.

Les communes (ou les établissements publics de coopération intercommunale) peuvent instaurer, dans des zones définies, des règles plus restrictives que la réglementation nationale, dans le cadre d'un règlement local de publicité (RLP).

Pour aller plus loin consultez le site [Servicepublic.fr](http://Servicepublic.fr)

---

[Consultez le document diffusé à l'occasion de la réunion publique du 9 novembre 2021](#)

---

**Pré-projet de RLP pour la concertation :**

[Rapport de présentation](#)

[Partie réglementaire](#)

[Annexes](#)

---

**Les modalités de concertation votées en décembre 2019 au sujet de la révision du règlement local de publicité (RLP) sont mises en place.**

Retrouvez les éléments pour suivre la révision du RLP :

[Délibération du Conseil municipal en date du 19 décembre 2019](#)

[Délibération du Conseil municipal en date du 9 décembre 2020, actant du débat sur les orientations de la révision](#)

[Débat sur les orientation du RLP en Conseil municipal](#)

---

Vous pouvez déposer vos commentaires relatifs à la révision du RLP en remplissant le formulaire ci-dessous.

**Identité \***

<input type="text"/>	<input type="text"/>
Prénom	Nom de famille

**Adresse mail ou numéro de téléphone \***

**Adresse**

Numéro et rue

Complément d'adresse

Ville

Code Postal

**Commentaires \***

Ecrivez ici...

**Images ou documents à télécharger**



**Parcourir les fichiers**  
Glissez-déposez des fichiers ici

En remplissant ce formulaire vous manifestez votre accord pour le traitement des données que vous avez saisies. Vous consentez à ce que ces données soient conservées jusqu'à un an après votre participation. Nous vous rappelons que vous disposez d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données qui vous concernent (art. 34 de la loi "Informatique et Libertés" du 6 janvier 1978).

[Envoyer le formulaire](#)

Propulsé par Jotform

Page publié le : 19 février 2021.

Page internet tirée du site internet communal et dédiée à la révision du RLP



## Agenda

### « Tous les évènements »

Cet évènement est passé



### Règlement local de publicité : réunion de concertation

**9 novembre 2021 de 19:00 à 20:00**

Une réunion ouverte au public portant sur le projet de révision du règlement local de publicité (RLP) se déroulera en mairie de Saint-Cyr-l'École, mardi 9 novembre à 19 heures.

Le règlement local de publicité est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Il permet notamment d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Cette réunion est l'occasion pour chaque usager du territoire de consigner ou adresser ses observations et propositions.

#### Pré-projet de RLP pour la concertation :

[Rapport de présentation](#)

[Partie réglementaire](#)

[Annexes](#)

Consultez le document présenté à l'occasion de la réunion publique du 9 novembre 2021.

[+ GOOGLE AGENDA](#)

[+ EXPORTER VERS ICAL](#)

*[Annonce de la concertation diffusée sur le site internet communal \(octobre 2021\)](#)*

## ENVIRONNEMENT

### TECO, UNE RÉUNION POUR Y VOIR PLUS CLAIR

**Vous le savez sans doute, la Tarification Éco-Responsable va bientôt arriver à Saint-Cyr-l'École. Afin de vous tenir informés des dernières informations la concernant, Versailles Grand Parc organise une réunion publique jeudi 9 décembre.**

Dans le cadre de sa politique de réduction des déchets et de préservation de l'environnement, la communauté d'agglomération va prochainement déployer la tarification éco-responsable dans huit communes pilotes, dont Saint-Cyr-l'École.

Pour rappel, cette nouvelle tarification remplace la taxe d'enlèvement des ordures ménagères et sera calculée en fonction du volume d'ordures ménagères présentées à la collecte. Le but de cette tarification individualisée est ainsi de responsabiliser chacun vis-à-vis des déchets qu'il produit et de pousser à adopter de nouvelles habitudes.

Dès janvier, une campagne d'adaptation des bacs sera organisée à Saint-Cyr-l'École : des agents mandatés par Versailles Grand Parc vous rendront visite et vérifieront si la taille de vos bacs est conforme à votre production de déchets. S'agissant des habitats collectifs disposant de locaux poubelle, la communauté d'agglomération prendra contact avec le représentant de la copropriété ou le bailleur.

Pour en savoir plus, une réunion publique d'information se tiendra jeudi 9 décembre à 19h30 en visio. Ce temps d'échanges permettra en effet de présenter en détail le projet et ses modalités ainsi que de répondre aux questions que vous vous posez. Retrouvez prochainement le lien de connexion sur le site internet et la page Facebook de la Ville.



### MOBILITÉS DOUCES, LA VILLE MÈNE L'ENQUÊTE

**Avis aux cyclistes : la Ville a lancé une grande concertation citoyenne autour des mobilités douces.**

« Quand on partait de bon matin, quand on partait sur les chemins, à bicyclette... » Des années 60 d'Yves Montand à aujourd'hui, la pratique du vélo a beaucoup évolué en France. Ce qu'on appelle couramment les mobilités douces sont peu à peu devenues un moyen de locomotion pour une grande partie de la population.

Ainsi, la Ville a souhaité en savoir plus sur les usages du vélo et des engins de déplacement personnel au

sein de la population Saint-Cyrienne. Jusqu'au 17 décembre, vous êtes invité à remplir un questionnaire portant sur votre pratique des mobilités douces. Deux solutions s'offrent à vous si vous souhaitez participer à cette enquête : directement en ligne sur le site internet de la Ville : [www.saintcyr78.fr](http://www.saintcyr78.fr), ou en venant retirer le questionnaire à l'accueil de la mairie, muni d'un justificatif de domicile.

En fonction des résultats de l'enquête, de nouveaux aménagements pourront être mis en place afin de poursuivre l'amélioration du partage des voies et la sécurisation de la pratique cycliste.

#### RÉUNION DE CONCERTATION RLP

Une réunion ouverte au public sur le projet de révision du règlement local de publicité (RLP) se déroulera en mairie de Saint-Cyr-l'École, mardi 9 novembre à 19 heures.

Le RLP est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Il permet notamment d'adapter la réglementation nationale aux spécificités locales. Cette réunion est l'occasion pour chaque usager du territoire de consigner ou adresser ses observations et propositions.

*Annnonce de la concertation diffusée dans le magazine communal (octobre 2021)*



Facebook interface showing the page for **Ville de Saint-Cyr-l'École**. The page includes a search bar, navigation icons, and a header with "Envoyer un message" and "Abonné(e)".

**Communication:** communication@saintcyr78.fr  
**Actuellement ouvert:** 08:00 - 17:15  
**Ville:** Les commentaires sont modérés. En déposant un commentaire sur la page de la ville vous acceptez de vous conformer aux bons usages suivants : pas de po...  
[Voir plus](#)

**Photos:** [Voir tout](#)  
 A grid of six images: a Christmas tree, a person working in a field, a street scene, a construction sign for "INFO-TRAVAUX", a logo for "Ut'apprend", and a "WEEK END" sign.

**Vidéos:** [Voir tout](#)  
 A video player showing a person speaking at a podium with a microphone. The video duration is 35:50.

**Post:** **Ville de Saint-Cyr-l'École** · 3 novembre · [...](#)  
**[ RÉUNION PUBLIQUE ]**  
 Une réunion de concertation portant sur le projet de révision du règlement local de publicité (RLP) se déroulera à l'Hôtel de Ville mardi 9 novembre à 19 heures.  
 Le #RLP est un document de planification de l'affichage publicitaire sur le territoire communal. Cette réunion est ainsi l'occasion pour chaque usager du territoire de consigner ou adresser ses observations et propositions.

**Engagement:** 9 likes, 8 commentaires, 5 partages  
 Buttons: [J'aime](#), [Commenter](#), [Partager](#)  
[Plus pertinents](#)

*Annonce de la concertation diffusée sur la page Facebook communale (novembre 2021)*

